



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

**El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas  
aplicando el modelo SERVQUAL. Caso: Centro de  
Idiomas de la Universidad Nacional del Callao periodo  
2011 - 2012**

**TESIS**

Para optar el Grado Académico de Magíster en Administración  
con mención en Mercadotecnia

**AUTOR**

**Raúl SUAREZ BAZALAR**

**ASESOR**

**Mg. María Celina HUAMÁN MEJÍA**

Lima, Perú

2015



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Suarez, R. (2015). *El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo SERVQUAL. Caso: Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao periodo 2011 - 2012*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

701



**ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 006-FCA-UPG-2015 PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN**

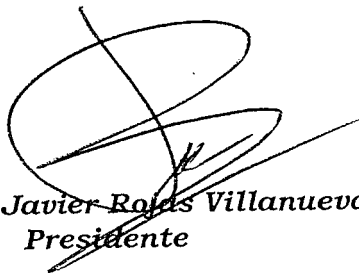
En la Ciudad Universitaria, a los dos días del mes de junio del año dos mil quince, siendo las doce horas, en el Aula 401 de la Sede de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **Presidido** por el **Dr. Emilio Javier Rojas Villanueva**, e integrado por los miembros:

**Mg. María Celina Huamán Mejía (Asesor), Dra. Teresa Jesús Ríos Delgado (miembro), Dr. Juan Victoriano Castillo Maza (miembro) y Mg. Manuel Jorge Espinoza Altamirano**; el postulante al Grado Académico de Magister en Administración con mención en Mercadotecnia, don **Raúl SUAREZ BAZALAR**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **"EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO DE UN CENTRO DE IDIOMAS APLICANDO EL MODELO SERVQUAL. CASO: CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO PERIODO 2011-2012"**, con el propósito de optar el Grado Académico de Magister en Administración con mención en Mercadotecnia.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del Grado de Magister en Administración con mención en Mercadotecnia, los miembros del Jurado Examinador, procedieron a asignar la calificación siguiente:

Buena (Suficiente)

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas otorgar el Grado Académico de Magister en Administración con mención en Mercadotecnia, don **Raúl SUAREZ BAZALAR**. Se extiende la presente Acta en cinco originales y siendo las 12:45 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.

  
**Dr. Emilio Javier Rojas Villanueva**  
Presidente

  
**Mg. María Celina Huamán Mejía**  
Asesor

  
**Dra. Teresa Jesús Ríos Delgado**  
Miembro

  
**Dr. Juan Victoriano Castillo Maza**  
Miembro

  
**Mg. Manuel Jorge Espinoza Altamirano**  
Miembro

10  
116

**DEDICATORIA**

*A mi familia que siempre  
está a mi lado.*

## ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN</b>	<b>IX</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>X</b>

### **CAPITULO 1**

#### **INTRODUCCION**

1.1 Situación Problemática .....	1
1.2 Formulación del Problema .....	6
1.2.1 Problema General .....	6
1.2.2 Problemas Específicos .....	6
1.3 Justificación .....	7
1.3.1 Justificación Teórica .....	7
1.3.2 Justificación Práctica .....	7
1.4 Hipótesis .....	8
1.4.1 Hipótesis General .....	8
1.4.2 Hipótesis Específicas .....	8
1.5 Objetivos .....	9
1.5.1 Objetivo General .....	9
1.5.2 Objetivos Específicos .....	10

### **CAPITULO 2**

#### **MARCO TEORICO**

2.1 Marco Filosófico .....	11
2.2 Antecedentes de la investigación .....	14
2.3 Bases Teóricas .....	21
2.3.1 Calidad del Servicio .....	21
2.3.2 Modelo SERVQUAL .....	37
2.3.3 Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao .....	43
2.4 Marco Conceptual .....	44

### **CAPITULO 3**

#### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1 Tipo de la Investigación .....	46
3.2 Nivel de la Investigación .....	46
3.3 Método de la Investigación .....	47
3.4 Diseño de la Investigación .....	47
3.5. Población y Muestra.....	49
3.5.1 Población de estudio .....	49
3.5.2 Tamaño de la Muestra.....	49
3.6 Técnica de recolección de datos.....	50
3.6.1 Método Cuantitativo.....	53
3.6.2 Método Cualitativo .....	53

### **CAPITULO 4**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	55
4.2 Pruebas de hipótesis.....	70
4.3 Presentación de resultados.....	87

### **CAPITULO 5**

#### **IMPACTOS**

5.1 Propuesta para la solución del problema.....	91
5.2 Costos de implementación de la propuesta .....	93
5.3 Beneficios que aporta la propuesta .....	93

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>94</b>
---------------------	-----------

<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>95</b>
------------------------	-----------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	<b>96</b>
-----------------------------------	-----------

<b>ANEXOS</b>	<b>100</b>
---------------	------------

## LISTA DE CUADROS

### **CAPITULO 1**

#### **INTRODUCCIÓN**

Cuadro 1.1 Parámetros educativos comparados .....	2
---	---

### **CAPITULO 3**

#### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Cuadro 3.1 Población de estudio .....	49
Cuadro 3.2 Distribución de Preguntas del Cuestionario .....	51
Cuadro 3.3 Escala tipo Likert.....	52
Cuadro 3.4 Datos de la aplicación de la encuesta .....	52
Cuadro 3.5 Ficha Técnica de Metodología de la Investigación.....	54

### **CAPITULO 4**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Cuadro 4.1 Resultados de la Media.....	71
Cuadro 4.2 Correlación de Pearson para la hipótesis específica 1 .....	73
Cuadro 4.3 Resumen del modelo 1 .....	73
Cuadro 4.4 Coeficientes de regresión lineal 1 .....	74
Cuadro 4.5 Correlación de Pearson para la hipótesis específica 2 .....	75
Cuadro 4.6 Resumen del modelo 2 .....	76
Cuadro 4.7 Coeficientes de regresión lineal 2 .....	76
Cuadro 4.8 Correlación de Pearson para la hipótesis específica 3 .....	78
Cuadro 4.8 Resumen del modelo 3 .....	79
Cuadro 4.10 Coeficientes de regresión lineal 3 .....	79
Cuadro 4.11 Correlación de Pearson para la hipótesis específica 4 .....	80
Cuadro 4.12 Resumen del modelo 4 .....	81
Cuadro 4.13 Coeficientes de regresión lineal 4 .....	81
Cuadro 4.14 Correlación de Pearson para la hipótesis específica 5 .....	83
Cuadro 4.15 Resumen del modelo 5 .....	84
Cuadro 4.16 Coeficientes de regresión lineal 5 .....	84



## LISTA DE CUADROS

### **CAPITULO 4**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Cuadro 4.17 Correlación de Pearson para la Hipótesis Principal .....	86
Cuadro 4.18 Resumen del modelo .....	86
Cuadro 4.19 Coeficientes de regresión lineal .....	87
Cuadro 4.20 Resultado de Expectativas y Percepciones .....	88
Cuadro 4.21 Resultado del cuestionario a 374 personas .....	90

### **CAPITULO 5**

#### **IMPACTOS**

Cuadro 5.1 Plan de Acción .....	92
---------------------------------	----

## LISTA DE FIGURAS

### CAPITULO 2

#### MARCO TEORICO

Figura 2.1 Fases de la Calidad de Juran .....	23
Figura 2.2 Triángulo Externo .....	28
Figura 2.3 Triángulo Interno.....	29
Figura 2.4 Técnica de las viñetas .....	32
Figura 2.5 Blueprinting.....	33
Figura 2.6 Método secuencial de incidentes.....	34
Figura 2.7 Características del SERVQUAL.....	38
Figura 2.8 Subescalas del SERVQUAL .....	40
Figura 2.9 Secciones del SERVQUAL .....	41
Figura 2.10 Secciones del SERVQUAL .....	42

## LISTA DE GRÁFICOS

### CAPITULO 3

#### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Gráfico 3.1 Diseño de Investigación .....	48
---	----

### CAPITULO 4

#### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Gráfico 4.1 Resultados sobre el Interés por el cliente .....	56
Gráfico 4.2 Resultados sobre el Compromiso del personal .....	56
Gráfico 4.3 Resultados sobre la Actitud y disposición .....	57
Gráfico 4.4 Resultados sobre el impacto de la Rapidez del servicio .....	58
Gráfico 4.5 Resultados sobre el impacto del Servicio oportuno.....	58
Gráfico 4.6 Resultados sobre el Proceso adecuado.....	59
Gráfico 4.7 Resultados sobre la Atención personalizada del docente .....	60
Gráfico 4.8 Resultados sobre la Conveniencia de horarios .....	60
Gráfico 4.9 Resultados sobre la Atención personalizada del personal administrativo.....	61
Gráfico 4.10 Resultados sobre las Instalaciones .....	62
Gráfico 4.11 Resultados sobre los Equipos .....	62
Gráfico 4.12 Resultados sobre la satisfacción del Cliente interno .....	63
Gráfico 4.13 Resultados sobre el Cliente externo.....	64
Gráfico 4.14 Resultados sobre la Matrícula .....	64
Gráfico 4.15 Resultados sobre los Certificados .....	65
Gráfico 4.16 Resultados sobre el Material audiovisual .....	66
Gráfico 4.17 Resultados sobre el Material escrito .....	66
Gráfico 4.18 Resultados sobre el equipamiento Moderno .....	67
Gráfico 4.19 Resultados sobre la Utilidad del equipamiento.....	68
Gráfico 4.20 Resultados sobre el Software del equipamiento .....	68
Gráfico 4.21 Resultados sobre el Orden.....	69
Gráfico 4.22 Resultados sobre la Limpieza .....	69

## RESUMEN

La investigación realizada se orienta al sector de educación, y su estudio es específicamente en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao (CIUNAC). El objetivo es determinar el nivel de calidad de servicio en el Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012, mediante el modelo SERVQUAL, el cual tiene cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Para el estudio se emplearon herramientas estadísticas y de recolección de datos por fuentes primarias y secundarias, además se utilizó un cuestionario basado en el Modelo SERVQUAL, para determinar las percepciones de los usuarios con respecto a los servicios brindados por el CIUNAC y establecer el nivel de calidad del servicio.

Los resultados expresaron que los usuarios se mostraban en desacuerdo con el enunciado de “el personal muestra predisposición a brindar asesoría en los trámites para los alumnos”, por lo que se propone un manual de atención al usuario para mejorar este punto.

Por otro lado, en la medición de dimensiones se muestra que en líneas generales existe una mediana satisfacción con la calidad del servicio que ofrece el Centro de Idiomas. Con esta medición se obtuvo una línea base para realizar mejorar y continuar usando el modelo planteado para medir periódicamente la calidad del servicio.

**Palabras clave:** centro de idiomas, calidad del servicio, modelo SERVQUAL, satisfacción de usuarios, manual de atención al usuario.

## ABSTRACT

The research focuses on the education sector, and their study is specifically on the Language Centre at the National University of Callao. The objective is to determine the level of quality of service in the Language Centre of the University of Callao during the period 2011 - 2012, by the SERVQUAL model, which has five dimensions: reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles.

For the study used statistical tools and data collection by primary and secondary sources and based on the SERVQUAL Model questionnaire was used to determine the perceptions of users regarding the services provided by the CIUNAC and set the level of service quality.

The results expressed showed that users disagree with the statement "the staff shows willingness to provide advice on the procedures for students", so a customer service manual aims to improve this point.

On the other hand, in measuring dimensions shown that overall there is a median satisfaction with the quality of service offered by the Language Centre. With this measurement a basis for improving and continue using the model proposed to periodically measure the quality of service line was obtained.

**Keywords:** language center, service quality, SERVQUAL model, user satisfaction, user service manual.

# **CAPITULO 1**

## **INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Situación Problemática**

Actualmente, la importancia de ofrecer servicios educativos de calidad, es cada vez más esencial en el mundo. Los usuarios son más exigentes y tienen una gran noción de lo que implica la calidad. Para cumplir con estas expectativas, se han desarrollado numerosas técnicas y herramientas para medir y asegurar la calidad de los productos ofrecidos por el sector. Sin embargo, en el caso de los servicios, esto es aún más complejo, dada la naturaleza subjetiva que los caracteriza.

Según el contexto, la calidad de los servicios educativos es esencial para el desarrollo de un país. Además, se ha demostrado amplia y sobradamente que la mejora de la calidad de la educación contribuye al alcance de toda una serie de objetivos en el plano del desarrollo económico y social.

Dos principios caracterizan la mayoría de las tentativas de definición de lo que es una educación de calidad: el primero considera que el desarrollo cognitivo del educando es el objetivo explícito más importante de todo sistema educativo y, por consiguiente, su éxito en este ámbito constituye un indicador de la

calidad de la educación que ha recibido; el segundo hace hincapié en el papel que desempeña la educación en la promoción de las actitudes y los valores relacionados con una buena conducta cívica. (UNESCO, 2004, pág. 2)

Una educación de calidad para todos es la clave para que la educación promueva el desarrollo. En los últimos años se han logrado progresos importantes en cuanto al tema de educación, pero en muchos países no se ha logrado un avance comparable en la mejora de la calidad educativa. “Las cifras son elocuentes. En el año 2011, al menos, 34 millones de niños en todo el mundo abandonaron la escuela antes de concluir su educación primaria” (Entreculturas, 2013, pág. 18).

América Latina y el Caribe son la clase media mundial en materia de educación. Muchos países que conforman la región, han aumentado significativamente el gasto público en educación y ha logrado la inclusión de un mayor número de niños al sistema escolar, siendo un logro significativo. De esta manera la región se encuentra sobre los promedios mundiales y más cerca de los países desarrollados que de los países en desarrollo (Ver Cuadro 1.1).

**Cuadro 1.1 Parámetros educativos comparados**

	TBE preescolar	TNE primaria	Tasa de alfabetización de adultos (15 +)	Tasa de alfabetización de jóvenes (15-24)	Expectativas de escolarización (años)	Tasa de sobrevivencia en 5.º grado	Niños fuera de la escuela (n.º)
Mundo	48,6	84,0	81,7	87,6	10,3		103.466.000
Países desarrollados	81,9	95,6	99,6	99,7	15,9	(98,0)	1.418.600
Países en desarrollo	35	82,5	76,4	85,2	9,5	83,3	99.056.700
América Latina y Caribe	67,3	95,7	89,2	95,5	13,0	88,5	2.468.400

*Fuente.* EFA Global Monitoring Report 2005

Sin embargo, la región no ha logrado casi ningún progreso en el mejoramiento del aprendizaje y en la reducción de la desigualdad. Por este motivo, la región obtiene bajos resultados en todas las pruebas internacionales de rendimiento académico (PREAL, 2005).

Nuestro país no puede escapar a los profundos cambios que se están dando en el mundo y en especial en América Latina, lugar en la que se está modificando el eje de articulación entre el Estado y la Sociedad Civil. En este escenario, el Sistema Educativo adquiere a la vez un valor crítico y estratégico de la calidad de su acción, actualización y desarrollo de las capacidades humanas (Gómez Gallardo & Macedo Buleje, 2010).

Cuando hablamos de calidad educativa, debemos referirnos, necesariamente, a la equidad educativa y a los obstáculos que encuentra. Para los niños, niñas y jóvenes, las oportunidades educativas son menores pues, en demasiadas ocasiones, se ven obligados a estudiar en infraestructura inadecuadas a las que llegan recorriendo largas distancias, sin materiales didácticos, o con docentes insuficientemente formados, entre otros factores. (Entreculturas, 2013, pág. 19)

De esta forma, la gestión educativa debe considerarse como la función dirigida a generar y sostener en el centro educativo, las estructuras administrativas y pedagógicas, como los procesos internos de naturaleza democrática, equitativa y eficiente, que permitan a niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos desarrollarse como personas plenas, responsables y eficaces (Gómez Gallardo & Macedo Buleje, 2010, pág. 41).

Las organizaciones que se dedican a la educación y formación, tanto pública como privada, dan un servicio a la sociedad. Las personas, independientemente de la edad, concurren a ellas para adquirir una serie de competencias que les capaciten para actuar e integrarse en la



sociedad (Senlle & Gutiérrez, 2005). Dada la importancia y el impacto de la educación, los servicios que se brinden deben tener altos estándares de calidad.

Desde la perspectiva de organización, Senlle y Gutiérrez afirman: “Nosotros hemos definido al educando como cliente primario que tiene unas necesidades, la familia es también cliente ya que tiene expectativas concretas sobre el servicio de educación; y la sociedad, cliente terciario, tiene también necesidades y expectativas concretas” (pág. 14).

Según Marco Muedra (2004), se pueden citar algunos aspectos claves de calidad en centros educativos:

1. Calidad es lograr que nuestros clientes, tanto internos (personal docente, no docente) y externos (padres, alumnos, sociedad) estén satisfechos de todo aquello en que el Centro educativo les ofrece.
2. Calidad es una correcta utilización de los recursos disponibles, tantos propios como ajenos, tanto humanos como materiales.
3. Calidad es desarrollar en el centro educativo una mejora continua, contrastada y valorada por todos.
4. Calidad implica a todos y a todo.

Desde el punto de vista del servicio, para Reyes, Mayo y Loredó (2009) se considera que un servicio no es un elemento físico en su totalidad, sino que es el resultado de las actividades generadas por el proveedor para satisfacer al cliente.

Esto significa que los servicios poseen tres características típicas que explican la complejidad de su estudio:

1. Intangibilidad: un servicio no es objeto que pueda poseerse o palparse, es más bien un beneficio que adquiere el usuario.
2. Heterogeneidad: el resultado del servicio depende de quien lo lleve a cabo y de las circunstancias bajo las que se genera; su percepción depende de la persona que lo contrata.
3. Inseparabilidad: este concepto implica que la producción y el consumo del servicio ocurren simultáneamente, por lo que el usuario se ve envuelto en el mismo.

La satisfacción del cliente se logra cuando las expectativas que se genera antes de recibir un servicio son superadas por el valor que percibe una vez que lo ha recibido. A medida que el valor percibido por el cliente supere sus expectativas, más satisfecho se sentirá el cliente.

En el caso del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, no se ha desarrollado un sistema de gestión de calidad, por lo que surgen diversas deficiencias, que al pasar de los años se han ido incrementando al igual que el número de estudiantes.

Ante esta situación, se hace necesario medir la línea base de satisfacción de los usuarios, para luego realizar una mejora que sea el punto de partida de instaurar la calidad en la organización. Con este fin, se plantea desarrollar la medición mediante el modelo SERVQUAL, el cual tiene una estructura definida y validada, para obtener resultados del nivel de calidad del servicio.

Particularmente el modelo estándar de SERVQUAL contiene un conjunto de parámetros como: Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad, Empatía, Elementos Tangibles, los cuales ayudaran a establecer que factor es el que tiene mayor impacto en los usuarios y desarrollar la mejora basándose en los resultados obtenidos de la investigación.

## **1.2 Formulación del Problema**

Ante la problemática presentada, en el caso del Centro de Idiomas de la UNAC, se plantean las siguientes interrogantes:

### **1.2.1 *Problema General***

¿De qué manera medir el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012?

### **1.2.2 *Problemas Específicos***

1. ¿De qué manera la confiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012?
2. ¿De qué manera la capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012?
3. ¿De qué manera la seguridad incide en el material del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012?

4. ¿De qué manera la empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012?
5. ¿De qué manera los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012?

### **1.3 Justificación**

#### **1.3.1 Justificación Teórica**

La investigación se justifica teóricamente debido al empleo del modelo SERVQUAL en un centro de idiomas, no habiendo antecedentes de dicha aplicación en este tipo de organización. De esta forma, pueden incorporarse los resultados del estudio al conocimiento científico, apoyando la utilidad del modelo.

Por este motivo es importante la realización del estudio, ya que se relacionaran las percepciones y expectativas de los clientes a fin de medir la calidad del servicio, desde la perspectiva del cliente, comprobando la utilidad del modelo en estudio.

#### **1.3.2 Justificación Práctica**

Se justifica socialmente porque la aplicación del SERVQUAL beneficiará a estudiantes del CIUNAC, en la medida en que los resultados permitirán un ajuste al desbalance académico,

administrativo o investigativo en función de los servicios ofertados por el Centro de Idiomas.

Se justifica la practicidad porque se señala que la investigación ayudará a la solución de posibles problemas que puedan surgir a partir de conocer la realidad en el proceso académico y en la toma de decisiones marcando estrategias que permitan crecer el posicionamiento del Centro de Idiomas.

Además, se tendrá un antecedente para futuros investigadores que deseen desarrollar el Modelo SERVQUAL en organizaciones similares.

## **1.4 Hipótesis**

### **1.4.1 *Hipótesis General***

La hipótesis general de la investigación es:

El modelo SERVQUAL permite medir adecuadamente el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

### **1.4.2 *Hipótesis Específicas***

Las hipótesis específicas de la investigación son:

1. La confiabilidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.
2. La capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.
3. La seguridad incide en el material del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.
4. La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.
5. Los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 *Objetivo General***

Medir el nivel de calidad del servicio mediante el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

1. Determinar si la confiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.
2. Determinar si la capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.
3. Determinar si la seguridad incide en el material del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.
4. Determinar si la empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.
5. Determinar si los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

La relación de los problemas, hipótesis, objetivos e indicadores se muestra en la matriz de consistencia. (Ver Anexo N° 01)

## **CAPITULO 2**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 Marco Filosófico**

Calidad, por su definición filosófica, no expresa lo mejor, superior o algo bueno, sino que nos refleja un determinado estado de existencia, presente en cada objeto, fenómeno de la realidad, y por ello, factible de estar en cada uno de nosotros. (Díaz Corral, 2003, pág. 469)

Según Valdebenito (2011) la palabra calidad proviene del latín qualitas (cualidad). Para Aristóteles era “una categoría o aquello en virtud de lo cual se dice de algo que es tal y cual”, es decir, desde la filosofía la calidad sería lo que se predica de algo. Además, según el diccionario de la Real Academia Española puede definirse como: “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”.



“Desde una concepción etimológica, el significado de la palabra calidad está vinculado, en cierto modo, a un elemento referencial de una determinada cosa, en cuyo significado se perciben matices que se vislumbran en categorías” (Valdebenito, 2011, pág. 3).

Desde la filosofía, refiere a una categoría y predicado de algo, mientras que desde el punto de vista etimológico se enfatiza, como hemos señalado, en un aspecto axiológico (bueno, malo, regular) para atribuir a una cosa u objeto un valor. Por lo que la calidad puede aplicarse a cualquier contexto en que se desee hacer un juicio o establecer una comparación entre dos o más cosas. (Valdebenito, 2011, pág. 4)

Los servicios y la calidad se originaron con la aparición del hombre sobre la tierra, ya que surgieron las necesidades básicas del ser humano, tales como la alimentación, salud, abrigo, seguridad, vivienda y educación. Las primeras formas de satisfacer estas necesidades fueron elementales pero al evolucionar a lo largo del tiempo llegan a tener hoy importancia socioeconómica (Vargas Quiñones & Aldana de la Vega, 2007).

Por el avance social, cultural, político y tecnológico de cada etapa de la historia, surgen nuevas necesidades y las formas de satisfacerlas fueron diversificándose para avanzar en la calidad de los procesos y servicios.

En la prehistoria se satisface la necesidad básica de alimento con el producto de la pesca y caza, surge la ganadería y la fabricación de tejidos de fibras naturales.

En la edad antigua, surge en la sociedad las formas de satisfacción de las necesidades de educación, protección, seguridad y cultura como fundamento de la interrelación del servicio. Se organizan estructuras de calidad y servicio (Código de Hammurabi, Filósofos griegos, entre otros) y se estandarizan los procesos.

En la edad media se desarrollan nuevas técnicas y herramientas aplicadas a la agricultura, produciéndose el comercio y un contacto directo con el cliente, escuchando sus quejas y sugerencias.

En la edad moderna se da la combinación de nuevas formas culturales, ideas filosóficas, políticas y sociales. Se mejoró la calidad en la comunicación y se desarrollaron servicios jurídicos. La producción se artículos fue en serie y el control de la calidad mediante la inspección al finalizar la línea de producción.

Ya en la edad contemporánea aumentó la productividad y por ende la calidad. Se produjo la revolución industrial y con esto se realizaron mayores controles de la calidad, procedimientos y estandarización, llegando al control estadístico de la calidad.

Por último, en la edad actual se produjo todo el desarrollo de la filosofía de calidad japonesa y el notable impacto que tuvo en su economía, preocupándose mayormente por el aseguramiento de la calidad. A inicios de esta etapa de posguerra hubo muchos estudiosos y filósofos de la calidad.

Ya en las últimas décadas hubo un cambio profundo en como la administración toma el papel de la calidad en las organizaciones. La calidad no pasa a ser estrategia competitiva solo por se apliquen métodos estadísticos para controlar los procesos, sino que se basa en el momento en que la alta gerencia toma como eje en su planeación estratégica los requerimientos de los clientes y la calidad de los productos y servicios de los competidores (Gutiérrez, 2004).

En los últimos años, la calidad se ha convertido en una cuestión de percepción por parte del cliente. La gestión de la calidad se puede definir citando a Udaondo (1994) como el “modo en el que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la calidad con vistas a su mejora permanente”.

Ahora, al tratar de aplicar el concepto de calidad a otras áreas alejadas de la industria y el comercio, como pueden ser el ámbito de la salud y educación, aparecen enormes disonancias difíciles de entender (Tobón, Rial, Carretero, & García Fraile, 2006).

En ese sentido, numerosos autores comenzaron a redefinir este concepto meramente industrial mediante aportaciones humanitarias y liberalizadas para incorporarlo al entorno educativo. De esta forma, la calidad se ha comenzado a integrar con aspectos tales como equidad, igualdad de oportunidades, adecuado tratamiento de la diversidad, acceso al conocimiento, etc. (Tobón, Rial, Carretero, & García Fraile, 2006, pág. 59).

La gestión de calidad, y la filosofía de gestión de las organizaciones que la sustenta, por su perspectiva globalizadora, constituyen referentes adecuados para promover la mejora continua de las instituciones escolares, debido a que incluye conceptos, valores, principios y métodos que son perfectamente adaptables al ámbito educativo. Por ello, la gestión de la calidad es una herramienta que debe emplearse en los centros educativos para adaptarse a su nuevo entorno, con sus nuevas necesidades y problemas. (Zaballa Pérez, 2000, pág. 12)

En conclusión, la calidad vista desde el punto de vista de la educación, presenta una casuística diferente, por lo que sus estudios han sido separados del enfoque empresarial. De esta forma la investigación resolverá el nivel de calidad de la educación, siendo una necesidad del ser humano conforme fue evolucionando a lo largo de los años.

## **2.2 Antecedentes de la Investigación**

Como antecedentes de la investigación se mencionan los siguientes estudios respecto al nivel de calidad del servicio.

1. En la tesis de maestría “Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida” (Lascurain Gutiérrez, 2012) se busca diagnosticar los principales factores que tienen influencia sobre la calidad del servicio de la empresa, para establecer una propuesta de mejora viable que incremente la satisfacción y lealtad de los clientes.

En lo concerniente a la metodología se realiza un enfoque cualitativo con una revisión de calidad en el servicio, aplicando como instrumento una entrevista con los clientes de la empresa cuya duración aproximada es de 30 a 40 minutos.

Se concluye que el factor más importante para la satisfacción del cliente se vincula a la resolución de problemas, lo cual afecta a la obtención de la satisfacción a largo plazo, además de la calidad - precio.

2. En la tesis de maestría en Gestión de la Educación “La formación docente y la calidad de la educación en los centros educativos bilingües del Municipio de El Progreso” (Del Cid Medina, 2010), cuyo objetivo es conocer la manera en que la formación docente influye en la calidad de la educación en los centros educativos bilingües del municipio de El Progreso departamento de Yoro.

Con respecto a la metodología se utiliza la investigación descriptiva, aplicando el instrumento de encuesta a los docentes para conocer su grado de formación pedagógica y apreciaciones logradas mediante la observación de clases.

Como conclusión se tiene que la edad, formación y experiencia profesional son variables que soportan tendencias de calidad de la

enseñanza por parte de los docentes en los centros educativos. Por esta razón, la calidad de educación está ligada a la calidad del docente.

3. En la tesis de maestría “La calidad del servicio que brinda la Escuela de Postgrado de la Armada (EPAR)” (Mena Sorett, 2009), se define como objetivo proponer acciones dirigidas a la optimización de la calidad de servicio en la Escuela de Postgrado de la Armada.

La metodología empleada es la investigación de enfoque cuantitativo modalidad de campo, no experimental y descriptiva por cuanto se presenta la propuesta de acciones dirigidas al mejoramiento de la calidad del servicio al cuantificar las opiniones sobre percepciones y expectativas.

En conclusión, se observa que los oficiales alumnos presentan un mayor grado de insatisfacción con el servicio, por lo cual la Escuela de Postgrado de la Armada tiene que mejorar aspectos relacionados a la calidad de servicio como el tiempo previsto del servicio, errores en los procesos, interés en solucionar los problemas y cumplimiento de fechas de inicio y fin de los programas.

4. En la tesis de titulación “Calidad de la atención del parto vaginal desde la perspectiva de la usuaria en el Instituto Nacional Materno Perinatal – 2012” (Incacutipa Quispe, 2012), se busca conocer la percepción de la calidad de atención del parto vaginal de las usuarias en el Instituto Nacional Materno Perinatal.

La investigación es de tipo prospectivo porque registra la información según va ocurriendo, asimismo es descriptivo y transversal. El diseño de la investigación es no experimental porque se obtienen datos directamente de la realidad.

En relación a las conclusiones, tenemos que la calidad de atención del parto en la dimensión de aspectos tangibles y seguridad es

mayoritariamente satisfechas; en la dimensión fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía, insatisfechas.

5. En la tesis de titulación “Evaluación de la calidad de atención a las clientes externos del departamento de bacteriología del Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel” (Salgado Marcano, 2006), tiene como objetivo evaluar la calidad de atención a los clientes externos del Departamento de Bacteriología del Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel.

Con respecto a la investigación es aplicada evaluativa, cuyo universo son los clientes externos que acuden al Instituto Nacional de Higiene, siendo la muestra epidemiólogos de la región capital y el instrumento a aplicar son los cuestionarios.

Como conclusiones se tiene identifica y estima las necesidades del cliente externo que solicita los servicios de bacteriología del instituto a través de indicadores de calidad de atención.

6. En el paper “Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama” (Duque O. & Chaparro P., 2012), se describe el desarrollo de la construcción de un instrumento basado en la disciplina del marketing del servicio, usado para medir la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes.

Como metodología se basan en el modelo SERVQUAL y demás estudios académicos que permiten medir la calidad percibida, obteniendo como producto un cuestionario con 24 ítems basado en la teoría del marketing del servicio y aplicándolo al objeto de estudio.

Como conclusiones se muestra que los docentes son quienes inciden más en la percepción de la calidad por los estudiantes y que

se determina por la calidad funcional, es decir por cómo se presta el servicio.

7. En la tesis de especialidad “Factores Culturales que influyen en la calidad de atención en el Centro de Salud Rosas Pampa” (Portanda Vigabriel, 2011), cuyo objetivo es mejorar la atención del personal de salud a los usuarios a través de la transferencia metodológica de atención y capacitación desde una perspectiva de interculturalidad.

El tipo de investigación es comparativo, tomando en cuenta al personal de salud compuesto por 35 funcionarios y 85 usuarias del área de Rosas Pampa. Además el estudio de tipo longitudinal prospectiva.

Se concluye que el personal de salud precisa de talleres de reciclaje, relaciones interpersonales, conocimientos de valores y costumbres de la población.

Como antecedentes de la investigación se mencionan los siguientes estudios respecto al Modelo SERVQUAL.

8. En la investigación “Estrategias de Administración del Capital de Trabajo y la percepción de la calidad de los servicios en instituciones hospitalarias del sector público. Caso: Hospital Infantil de Tamaulipas” (González Saldivar, 2010), se tiene como finalidad analizar la administración del capital de trabajo proponiendo estrategias que coadyuvarían a mejorar la percepción de la calidad de los servicios prestados por el hospital en estudio.

La metodología empleada es el estudio de casos donde se busca observar situaciones existentes y el enfoque de investigación cuantitativo, utilizando técnicas de análisis e interpretación de estados financieros del hospital.

Como conclusiones indica que respecto a la calidad de servicios, la dimensión de costos resulta la menos eficiente y la dimensión de oportunidad de respuesta como la de mejor calidad.

9. En la tesis de maestría “Medición de la Calidad de los Servicios” (Mena Sorett, 2009), tiene como objetivo aplicar la metodología SERVQUAL a una típica empresa de servicios, de modo que se pueda determinar el nivel de calidad del servicio que se ofrece.

La metodología para este caso se basa en el diseño de un cuestionario para el hotel, basado en las dimensiones presentes en el modelo SERVQUAL, para aplicarlo en la muestra conformada por los huéspedes. De esta manera se efectúa un análisis para determinar el nivel de calidad del servicio del hotel y el grado de satisfacción de los huéspedes.

Como conclusiones se obtiene que sobre los elementos tangibles, la respuesta es más positiva, mientras que los resultados intermedios correspondieron a la empatía, confiabilidad y capacidad de respuesta, finalmente se aprecia que la dimensión de seguridad muestra resultados negativos.

10. En la tesis de maestría “Calidad de servicio percibida por pacientes atendidos en dos clínicas dentales privadas de Lima Metropolitana” (Beltrán Neira, 2006) se tiene como objetivo determinar la calidad de servicio percibido por pacientes atendidos en dos clínicas dentales privadas denominadas clínicas A y B.

El presente estudio es de tipo descriptivo y transversal cuya muestra está determinada por un mínimo de participantes de 30 personas por clínica dental que recibieron al menos una consulta previa y un tratamiento posterior; sin embargo, se excluyeron menores de edad y pacientes con algún impedimento mental.



Como conclusiones se obtiene que los resultados con respecto a las dimensiones en la clínica A sean altos, mientras que en la clínica dental B se obtuvieron resultados altos para las dimensiones de elementos tangibles y fiabilidad y, bajos para la capacidad de servicio, seguridad y empatía.

11. En el paper “Calidad del servicio educativo: Caso de la escuela de artes de UABC” (Reyes Sánchez & Reyes Pazos, 2010) se busca validar el instrumento SERVQUALing para medir la calidad de los servicios en instituciones universitarias mexicanas y se utiliza para analizar la percepción que tienen los estudiantes sobre la calidad del servicio educativo de la UABC.

Como se menciona en líneas anteriores, el cuestionario se basa en el modelo SERVQUAL; sin embargo, sólo contempla la medición de las percepciones de la calidad del servicio pues existe poca evidencia de que los clientes valoren la calidad percibida de un servicio en términos de expectativas y percepciones.

Se concluye que el instrumento presenta validez de contenido, de criterio y de concepto, por lo cual se puede usar para medir la calidad del servicio percibida por los estudiantes de la institución y proveen a los directivos información objetiva para el análisis institucional.

## 2.3 Bases Teóricas

### 2.3.1 *Calidad del Servicio*

#### A. Definiciones de la calidad

Respecto a la calidad se han escrito muchas definiciones, que han variado de acuerdo a la evolución histórica de ésta y según la percepción de cada autor.

##### Edwards W. Deming

Según Deming (citado en Alcalde, 2009), “calidad es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo y adecuado a las necesidades de los clientes” (pág. 6).

##### Joseph Juran

Con respecto a la calidad, Juran sostiene que es la adecuación al uso (Griful Ponsati & Canela Campos, 2002).

##### Kaoru Ishikawa

Ishikawa (citado en Alcalde, 2009), menciona “calidad es diseñar, producir y ofrecer un producto o servicio que sea útil, al mejor precio posible, y que siempre satisfaga las necesidades del cliente” (pág. 6).

##### Philip Crosby

Para este autor, la calidad se concibe como el cumplimiento de los requisitos (Griful Ponsati & Canela Campos, 2002).

#### Genichi Taguchi

Taguchi realiza una definición de la no calidad (citado en Nava, 2005): “la no calidad es la pérdida generada a la sociedad por un producto desde su concepción hasta su reciclado” (pág. 22).

#### Westinghouse

Calidad total es liderazgo de la marca en sus resultados al satisfacer los requisitos del cliente haciendo la primera vez bien lo que haya que hacer.

#### RAE

Para la Real Academia de la Lengua Española, calidad se define como “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”.

#### ISO

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO), la calidad “es el grado en el que un conjunto de característica inherentes cumplen con los requisitos” (ISO, 2005).

### **B. Teorías de la calidad**

#### Trilogía de la Calidad

Propuesto por Juran, manifiesta que la calidad es la adecuación al uso que se alcanza mediante la adecuación del diseño del producto y el grado de conformidad del producto con el diseño (Miranda Gonzáles, Chamorro Mera, & Rubio Lacoba, 2007).

Además, Juran contempló el concepto del cliente interno, relacionado con una organización de más de una persona. Asimismo, menciona que la calidad debe ser planificada, controlada y mejorada, relacionándolo con el costo. (Ver Figura 2.1)

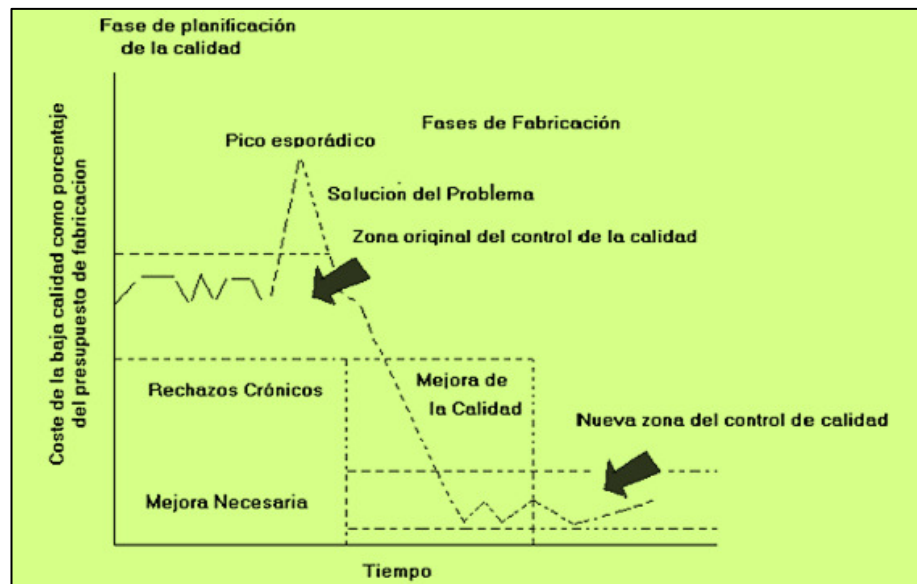


Figura 2.1 **Fases de la Calidad de Juran.** Elaboración Propia

1. Planificación de la Calidad:

Consiste en acercarse al cliente actual y potencial para conocer las características deseadas del producto, para transferirlas al diseño del producto.

2. Control de la Calidad:

Radica en un sistema de retroalimentación. Inicia evaluando el comportamiento real de la calidad, comparándolo con los objetivos inicialmente establecidos para actuar sobre posibles desviaciones.

3. Mejora de la Calidad:

Realizar cambios oportunos para mantener los niveles de calidad elevados.

#### Catorce puntos de Deming

Basado en las teorías de Shewhart, el estadístico estadounidense Edward Deming señaló catorce puntos sobre el comportamiento en empresas, asimismo menciona que la alta dirección tiene que aceptar el liderazgo para que el programa de calidad sea efectivo (Rosander, 1994).

1. Constancia y consistencia de objetivos: Refiere a la eliminación continua de las características de la no calidad: errores, demoras, tiempos muertos, comportamientos inaceptables, defectos en los productos comprados, fallos, condiciones inseguras de trabajo y servicios innecesarios.
2. Adoptar la nueva filosofía: Que todos los miembros de la organización asuman los cambios para eliminar despilfarros y falta de productividad.
3. Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad: Sustituir la inspección masiva por el control estadístico de los procesos.
4. Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio: Cambiar la filosofía de compras para tener en cuenta la calidad, tiempo y fiabilidad que puede generar un único proveedor.
5. Mejorar constantemente el sistema de producción y servicio: Incorporar la calidad en el diseño del producto, partiendo de las necesidades del cliente.
6. Implantar la formación: A nivel de directivos como nuevos empleados, para que conozcan cómo realizar mejor su actividad.

7. Adoptar e implantar el liderazgo: Formar a los miembros en un nuevo estilo de gestión.
8. Desechar el miedo: Para crear un clima de confianza entre el personal.
9. Derribar barreras entre los departamentos: Proponer la colaboración y trabajo en equipo.
10. Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas: Para que la mano de obra incremente su productividad.
11. Eliminar los cupos numéricos: Pues una vez alcanzados los objetivos numéricos, se pierde la motivación por seguir mejorando.
12. Eliminar las barreras que impiden que la gente esté orgullosa de su trabajo: Desechar la evaluación anual de rendimientos que solo cuenta el resultado final y no el tiempo dedicado a mejorar el proceso o a colaborar con los compañeros.
13. Estimular la educación y la auto mejora de todo el mundo: La dirección debe colaborar para que el personal pueda ampliar sus conocimientos y habilidades (no solo vinculadas al puesto de trabajo) y de esta manera aporten ideas.
14. Actuar para lograr la transformación: Todo el personal debe estar implicado en la mejora, para ello es útil la creación de una estructura organizativa.

#### Ocho Dimensiones de la Calidad

Desarrollada por Garvin. Este autor posee un concepto abstracto de la calidad, entendiéndola como “una simple y no analizable propiedad que aprendemos a reconocer sólo a través de la experiencia” (pág. 24).

Además menciona ocho dimensiones que permiten demostrar la complejidad del término calidad:

1. Actuación: Aporta las principales características para un producto o servicio.
2. Características: Rasgos secundarios que completan el funcionamiento básico.
3. Fiabilidad: Capacidad de un producto para funcionar según lo esperado.
4. Conformidad: Nivel que alcanza un producto diseñado.
5. Durabilidad: Tiempo en que el producto puede ser empleado con eficacia.
6. Utilidad: Capacidad para satisfacer las necesidades.
7. Estética: Características del producto vinculados al tacto, gusto, olfato, vista y oído.
8. Calidad Percibida: Noción de los consumidores al compran un producto o servicio sin información previa de las características que la componen.

#### Absolutos de la Calidad

Philip B. Crosby define a la calidad como la conformidad con los requisitos y menciona que las empresas despilfarran recursos realizando incorrectamente procesos y repitiéndolos.

Por la situación anterior, es que propone el “cero defectos” que se consigue al establecer una política de prevención para lograr trabajar sin errores y justifica que los costes de prevención son menores que los costes de no calidad (Miranda Gonzáles, Chamorro Mera, & Rubio Lacoba, 2007).

Para Crosby, la mejora de la calidad se basa en los cuatro absolutos de la gestión de la calidad:

1. Definir la calidad como el cumplimiento de los requisitos establecidos.
2. El sistema que causa la calidad es la prevención.

3. El único estándar de rendimiento válido es los cero defectos.
4. La única medida válida de la actuación de la organización es el coste de la calidad.

### **C. Servicio**

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo (Publicaciones Vértice, 2008).

Las empresas de servicios se pueden calificar como entidades compuestas en dos partes:

1. La interfaz de producción: Es aquella donde se fabrica el servicio.
2. La interfaz de entrega: Es aquella donde tiene lugar la relación con el cliente.

### Características

Los servicios presentan algunas características específicas muy distintas de las de los bienes de consumo, que van a condicionar la gestión y la calidad desde el mismo momento del diseño (Vargas Quiñones & Aldana de la Vega, 2007, pág. 60). Algunas de ellas son:

1. La propiedad: Los clientes no adquieren la propiedad, sino el uso o disponibilidad del servicio. La intangibilidad del servicio hace innecesaria una transferencia de la titularidad del proceso de compra.
2. El contacto directo: La producción de las empresas se clasifica según el grado de contacto directo con el cliente;



contacto que a medida que crece se compromete más con la zona del servicio.

3. Participación del cliente: En el servicio, producción y consumo son inseparables, de modo que el usuario forma parte de aquellas y de la prestación.

#### 📌 Sistema de Prestación del Servicio

Este sistema fue desarrollado por Karl Albrecht y presenta ocho subcomponentes, presentados en el triángulo del servicio. (Ver Figura 2.2)

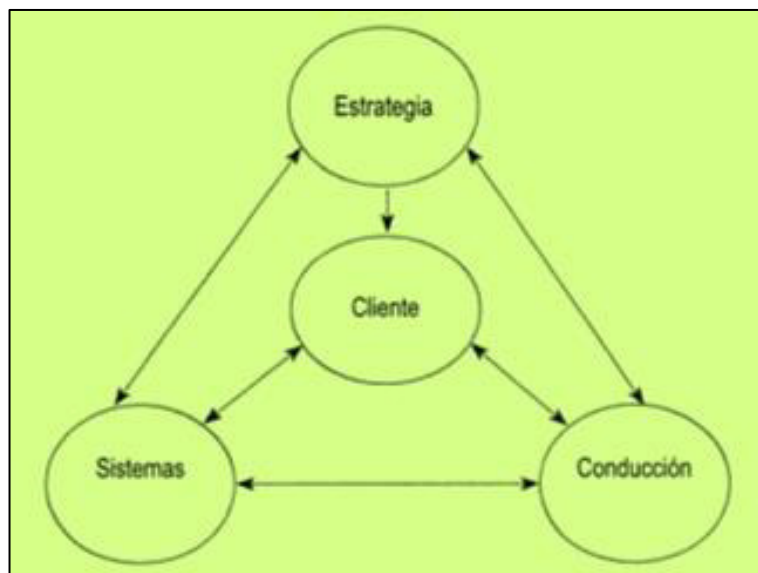


Figura 2.2 **Triángulo Externo.** K. Albrecht

El triángulo externo se encuentra constituido por:

1. La estrategia del servicio: Se considera como una idea unificadora que orienta la atención de la gente de la organización, hacia las prioridades reales del cliente y focaliza a toda la organización. Es el resultado del

pensamiento empresarial y toma en cuenta tres elementos; la investigación de mercado, la misión del negocio y los valores, principios y objetivos.

2. La conducción – recurso humano: La conducción está constituida por el personal de contacto de una organización que atiende al público en general o a clientes en particular. Se puede considerar entonces como personal de contacto permanente, aquellos integrantes de la empresa, cuya función consiste en atender público o clientes.
3. Sistema y recursos: Toda la organización, desde la alta dirección hasta los empleados de base, deben desempeñarse conforme a los diferentes sistemas, procesos y actividades establecidos, en los cuales se apoya el empleado. Ellos deben estar debidamente diseñados para la convivencia del cliente y no para la conveniencia de la organización.

El otro triángulo desarrollado por Albrecht es el interno. (Ver Figura 2.3)

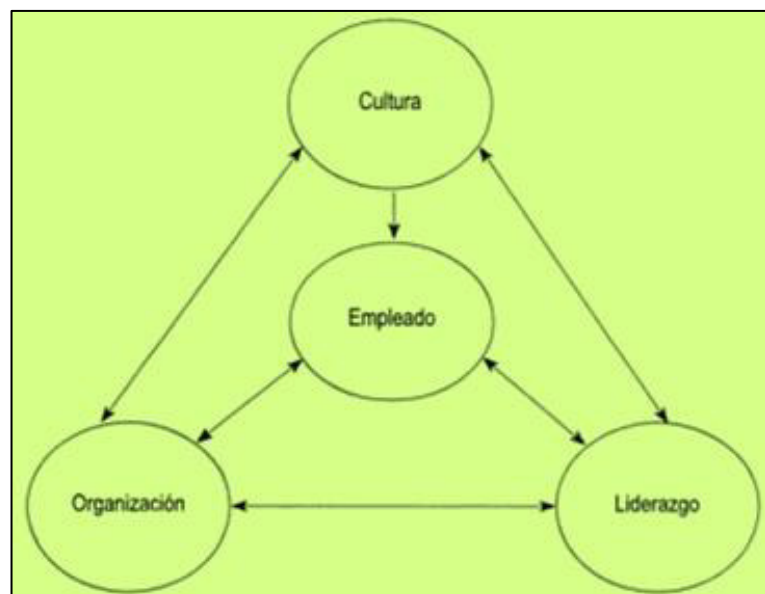


Figura 2.3 **Triángulo Interno.** K. Albrecht

Igual que el triángulo externo, se tiene como centro al cliente.

Los elementos que la componen son:

1. Cultura de servicio: Es una forma de hacer las cosas que valora enormemente la calidad del servicio, puesto que esta cumple una función básica en el éxito de la empresa. Se define también como el conjunto de ritos y creencias que diferencian a una organización de otra, en un contexto social que influye en los modelo de cómo se comportan y se relacionan las personas, en función del cliente.
2. El liderazgo: La calidad en el servicio contempla el diseño y la operacionalidad concreta y constante de un sistema de liderazgo integrado, distribuido, participativo, dinámico y cooperativo que busque adicionar valor a todos los procesos de la organización.
3. La organización: La estructura y los sistemas que han de estar a la disposición de los trabajadores tiene algunas características propias del servicio como son: estructura que facilita la velocidad de respuesta, conveniencia para que se ajuste a la funcionalidad de sus operaciones; innovación que lleve a desarrollar formas que conduzcan a satisfacer las necesidades de terceros y valor agregado en cada uno de sus procesos.

#### **D. Calidad del servicio**

##### Normas de calidad del servicio

Es indispensable desarrollar normas de calidad del servicio, si se desea mantener un control (Equipo Vértice, 2004).

Las normas de calidad para ser operativas, deben:

1. Expresarse desde el punto de vista del cliente: Para convertirse en un verdadero indicador del rendimiento y no en una mera forma de funcionamiento, la norma debe ser definida en términos de resultados para el cliente. Además, se deben especificar los trabajos que tiene que realizar cada empleado dentro de la organización con el objeto de satisfacer al cliente.
2. Ser ponderables: Cualidades humanas como: la atención, la acogida, o la amabilidad, podrían ser medidas si se sabe, en primer lugar, que una medida no tiene por qué ser necesariamente cuantitativa.
3. Servir a toda la organización: Las normas de calidad del servicio debe poder ser utilizadas por toda la organización. Cuanto más nos acercamos al trabajo de campo, más precisa debe ser la descomposición del trabajo en normas.

## **E. Técnicas de calidad del servicio**

Según Sangüesa, Mateo e Ilzarbe (2006) se presentan nueve técnicas aplicadas a la calidad del servicio.

### Técnica de las viñetas

Esta técnica se emplea para diseñar un nuevo servicio y permite decidir la combinación ideal de características para el servicio.

Los pasos para desarrollar la viñeta son:

1. Elaborar la idea básica del nuevo servicio.
2. Determinar el grupo destinatario.
3. Elaborar las características importantes mediante una encuesta abierta.
4. Elaborar las posibles variaciones de las características.

5. Visualizar las características y sus variaciones.
6. Producir las viñetas y combinaciones posibles.
7. Ejecutar la encuesta principal sobre la valoración.
8. Concluir sobre las viñetas favoritas de los clientes.

A continuación se presenta el ejemplo de un centro de idiomas para mayor comprensión. (Ver Figura 2.4)

CARATERÍSTICA	VARIACIÓN A	VARIACIÓN B
Localización	Dentro de la universidad	Cerca a centros comerciales
Tamaño del establecimiento	Grande	Mediano
Servicio al cliente	Cualquier persona disponible	Persona asignada

Figura 2.4 **Técnica de las viñetas.** Elaboración propia

Como se puede observar en el esquema, la combinación ideal se presenta de color verde. En la descripción podemos mencionar que el centro de idiomas se localiza dentro de la universidad, el tamaño del establecimiento y el servicio al cliente lo realiza cualquier persona disponible.

## 📌 Blueprinting

Esta herramienta se emplea en el diseño de nuevo servicio y la mejora de los mismos. Es una técnica equivalente a los diagramas de flujo, pero específica para la descripción de los servicios. (Ver Figura 2.5)

Cuenta con cinco fases para su desarrollo:

1. Establecer los límites del sistema: Facilita la visualización del proceso, para ello es necesario identificar los puntos esenciales del servicio estudiado.
2. Representación gráfica del desarrollo del proceso: Fase para la representación gráfica del proceso. A continuación se muestran los símbolos y su significación:

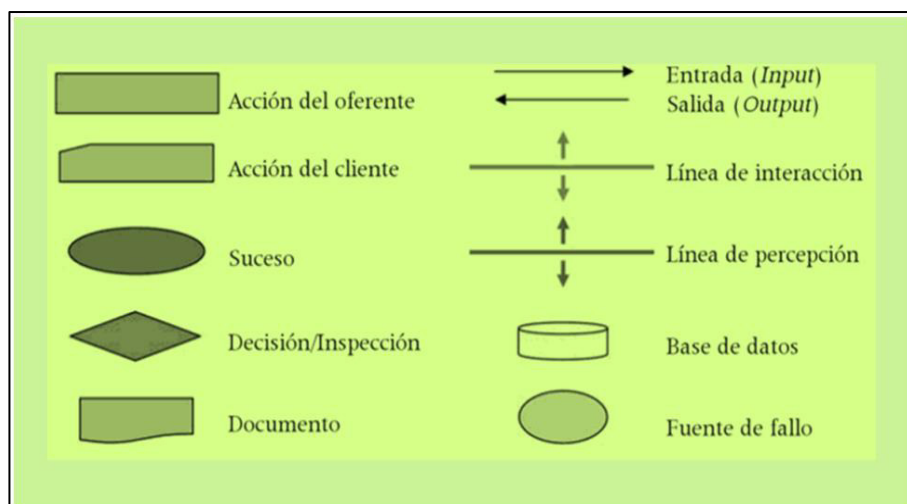


Figura 2.5 **Blueprinting**. Sangüesa, Mateo e Ilzarbe

3. Identificación de fallos: Una vez efectuada la fase anterior, se procede a buscar las posibles fuentes de fallos considerando el punto de vista de los clientes.
4. Medidas para evitar los fallos: Se trata de encontrar las medidas adecuadas para evitar los fallos.
5. Determinar el marco cronológico: El tiempo es un factor esencial para la ejecución de los pasos de un servicio, por esta razón es importante tomar en cuenta del tiempo máximo que un cliente aceptará.

#### Método secuencial de incidentes

Permite recabar información para tener una visión del conjunto de un proceso por parte del cliente, así se podrá conocer en profundidad cada una de las etapas del mismo.

Para obtener dicha información se determinan las etapas del proceso en estudio y se recogen los comentarios de los clientes (favorables y desfavorables para cada etapa del proceso). De esta manera se representa gráficamente las etapas del proceso y debajo de cada una se colocan los comentarios del cliente. (Ver Figura 2.6)

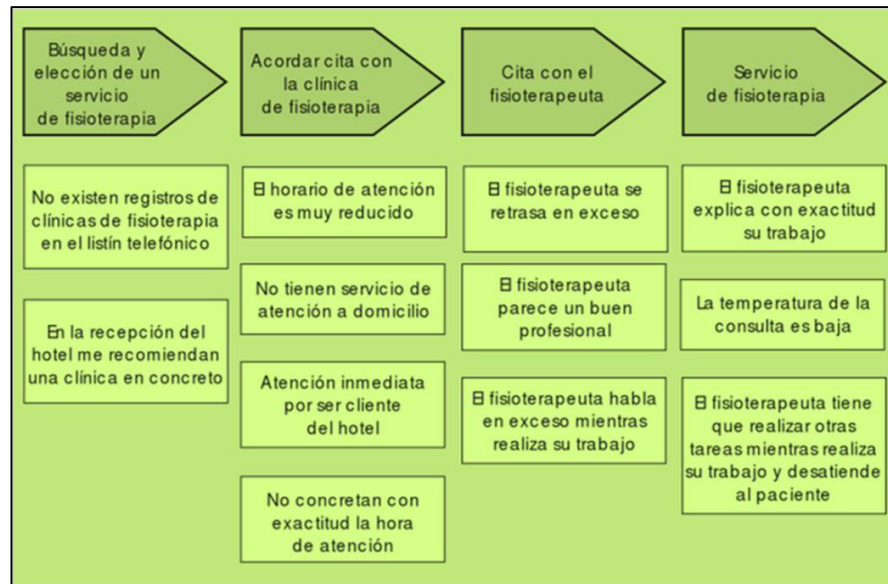


Figura 2.6 **Método secuencial de incidentes.** González Menorca, González Menorca, Juaneda Ayensa, & Pelegrín Borondo

#### 📌 Encuesta a los clientes

Nos permite recabar información sobre la satisfacción de los clientes e incluso deja libertad para que el cliente exprese textualmente su percepción sobre el servicio prestado (González Menorca, González Menorca, Juaneda Ayensa, & Pelegrín Borondo, 2014).

Es importante considerar el propósito de la encuesta y las siguientes normas:

1. El vocabulario y la sintaxis transmitirán las ideas de forma clara.
2. El lenguaje deberá adaptarse al grupo de personas al que va dirigida, sin léxicos incomprensibles.
3. Las preguntas estarán redactadas adaptándose al nivel de información que posean los entrevistados.
4. Se evitará redactar preguntas incómodas al encuestado.
5. Se evitará la redacción de preguntas que insinúen una respuesta concreta.



6. Cada pregunta se centrará en un concepto o idea.
7. Los grupos de preguntas realizadas sobre un concepto concreto se realizarán de manera consecutiva.
8. Para grupos de preguntas que busquen respuestas concretas, se empleará el efecto embudo (preguntando de manera general y luego específica).

### Modelo SERVQUAL

Es un modelo que busca comparar las percepciones con las expectativas del cliente. En el siguiente apartado se profundiza en el tema.

### Gestión de quejas

Implica la reparación o rescate, asimismo es una forma de satisfacer al cliente tomando en cuenta su punto de vista.

Algunos consejos son:

1. Nominalice con nombre o primer apellido.
2. Personalice el mensaje y contenido de la respuesta.
3. De respuesta a cada uno de los motivos de reclamación.
4. Pronúnciese sobre la aceptación o denegación de la compensación que solicite el cliente (en caso que la solicite).
5. No olvide el objetivo de la forma de respuesta al cliente.
6. No niegue la percepción que tiene el cliente de su realidad.
7. No se excuse o justifique tratando de eliminar su responsabilidad si es que ha fallado.

### Mystery Shopping

La observación por seudocompra o compra simulada “es una técnica de investigación que permite evaluar y mejorar el nivel de servicio que ofrecen las empresas a sus clientes comparando el ofrecido en la realidad con los objetivos que se proponen y con los niveles de la competencia” (Fernández Nogales, 2004, pág. 89).

Se desarrolla cuando los observadores actúan como clientes reales o potenciales para captar información necesaria durante la observación del acto de compra para cumplir con el cuestionario diseñado por el investigador.

#### Buzón de sugerencias

Propuesto por Juran, manifiesta que la calidad es la adecuación al uso que se alcanza mediante la adecuación del diseño del producto y el grado de conformidad del producto con el diseño (Miranda Gonzáles, Chamorro Mera, & Rubio Lacoba, 2007).

### **2.3.2 Modelo SERVQUAL**

#### **A. Definición**

El modelo SERVQUAL es conocido como modelo PZB, pues es propuesto en el año 1985 por los profesores Parasuraman, Zeithalm y Berry con la finalidad de medir la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente (Miranda Gonzáles, Chamorro Mera, & Rubio Lacoba, 2007).

Es importante mencionar que los autores del modelo PZB definen a la calidad del servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (Muñoz Machado, 1999, pág. 210).

Este modelo postula que existen una serie de dimensiones o criterios distintos que varían según el juicio de los consumidores sobre la calidad del servicio. Es así que la calidad percibida es considerada una variable multidimensional.

## B. Evolución

La primera versión de la escala SERVQUAL incorporó diez dimensiones incluyendo 97 ítems, posteriormente se decidió eliminar algunos ítems debido a la necesidad surgida tras aplicar esta escala a distintos tipos de servicios.

Finalmente se registra el modelo con veintidós ítems agrupados en cinco dimensiones, redacción de los ítems de la escala e inclusión de la ponderación de las dimensiones. (Ver Figura 2.7)



Figura 2.7 **Características del SERVQUAL.** Muñoz Machado

A continuación se describe cada una de las diez dimensiones conceptualizadas (Muñoz Machado, 1999, pág. 210).

- ✚ Elementos tangibles: Apariencia de instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación.
- ✚ Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de modo correcto y cuidadoso.
- ✚ Capacidad de respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio más rápido.
- ✚ Profesionalidad: Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio.
- ✚ Cortesía: Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.
- ✚ Credibilidad: Veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se provee.
- ✚ Seguridad: Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- ✚ Accesibilidad: Accesible y fácil de contactar.
- ✚ Comunicación: Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles.
- ✚ Comprensión del cliente: Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

## **F. ESCALA**

Según Miranda, Chamorro y Rubio (2007), para el desarrollo del modelo SERVQUAL se emplea la escala de Likert basada en siete puntos que abarcan desde un fuerte desacuerdo (1 punto) hasta un total o fuerte acuerdo (7 puntos).

La escala SERVQUAL consta de dos partes o subescalas de 22 ítems cada una. La primera mide las expectativas de los clientes

sobre el servicio prestado por una organización de un sector específico y la segunda mide las percepciones de los clientes sobre los servicios de una organización en particular. (Ver Figura 2.8)

EXPECTATIVAS	PERCEPCIONES
1.- Una organización de servicio ideal tiene equipos de apariencia moderna.	1.- La organización de servicios objeto del estudio tiene equipos de apariencia moderna.
2.- Las instalaciones físicas de una organización de servicios ideal son visualmente atractivas.	2.- Las instalaciones físicas de la organización de servicios objeto del estudio son visualmente atractivas.
3.- Los empleados de los servicios ideales tienen apariencia pulcra.	3.- Los empleados de la organización de servicios objeto del estudio tienen apariencia pulcra.
4.- En un servicio ideal, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.	4.- En la organización de servicios objeto del estudio, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.
5.- Cuando las organizaciones de servicio ideales prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	5.- Cuando la organización de servicios objeto del estudio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.
6.- Cuando un cliente tiene un problema, la organización de servicios ideal muestra un sincero interés en solucionarlo.	6.- Cuando un cliente tiene un problema, la organización de servicios objeto del estudio muestra un sincero interés en solucionarlo.
7.- Las organizaciones de servicios ideales realizan bien el servicio la primera vez.	7.- La organización de servicios objeto del estudio realiza bien el servicio la primera vez.
8.- Las organizaciones de servicio ideales concluyen el servicio en el tiempo prometido.	8.- La organización de servicios objeto del estudio concluye el servicio en el tiempo prometido.
9.- Las organizaciones de servicios ideales no cometen errores.	9.- La organización de servicios objeto del estudio no comete errores.
10.- Las organizaciones de servicios ideales comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio.	10.- La organización de servicios objeto del estudio comunica a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio.
11.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	11.- En la organización de servicios objeto del estudio, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.
12.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.	12.- En la organización de servicios objeto del estudio, los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.
13.- En las organizaciones de servicios ideales los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.	13.- En la organización de servicios objeto del estudio los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.
14.- El comportamiento de los empleados en las organizaciones de servicios ideales transmite confianza a los clientes.	14.- El comportamiento de los empleados en la organización de servicios objeto del estudio transmite confianza a los clientes.
15.- Los clientes de las organizaciones de servicios ideales se sienten seguros en su relación con ellas.	15.- Los clientes de la organización de servicios objeto del estudio se sienten seguros en su relación con ellas.
16.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados siempre son amables con los clientes.	16.- En la organización de servicios objeto del estudio, los empleados siempre son amables con los clientes.
17.- En las organizaciones de servicios ideales, los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.	17.- En la organización de servicios objeto del estudio, los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.
18.- Las organizaciones de servicios ideales dan a sus clientes una atención individualizada.	18.- La organización de servicios objeto del estudio da a sus clientes una atención individualizada.
19.- Las organizaciones de servicios ideales tienen horarios de trabajo convenientes para sus clientes.	19.- La organización de servicios objeto del estudio tiene horarios de trabajo convenientes para sus clientes.
20.- Las organizaciones de servicios ideales tienen empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	20.- La organización de servicios objeto del estudio tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.
21.- Las organizaciones de servicios ideales se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.	21.- La organización de servicios objeto del estudio se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.
22.- Los empleados de las organizaciones de servicios ideales comprenden las necesidades específicas de los clientes.	22.- Los empleados de la organización de servicios objeto del estudio comprenden las necesidades específicas de los clientes.

Figura 2.8 **Subescalas del SERVQUAL.** Elaboración Propia.

## G. SECCIONES

Setó (2004) indica que el modelo SERVQUAL consta de dos secciones. (Ver figura 2.9)

#### 📌 Primera sección

En este apartado aluden a veintidós ítems dirigidos a identificar las expectativas generales de los usuarios en relación al servicio brindado.

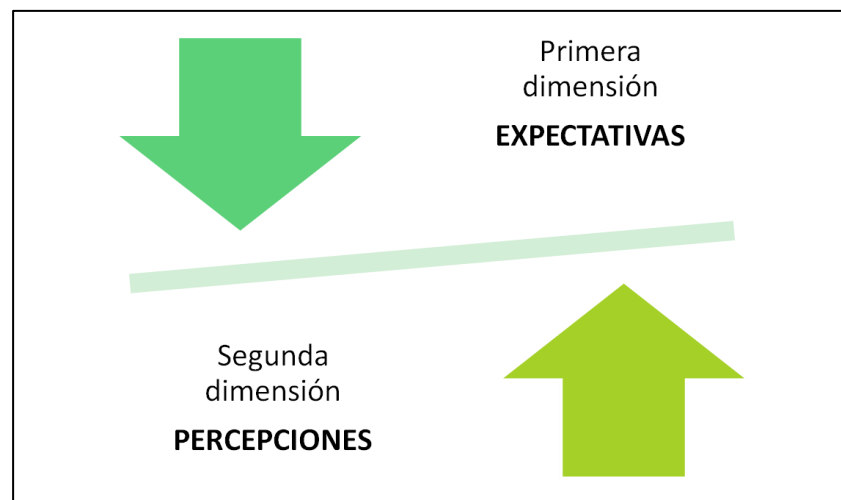


Figura 2.9 **Secciones del SERVQUAL.** Elaboración Propia.

#### 📌 Segunda sección

Dedicado a las percepciones, también cuenta con 22 ítems dirigidos a medir la percepción de la calidad del servicio ofertado por una empresa.

Algunos autores señalan la existencia de una tercera sección destinada a cuantificar las evaluaciones de los clientes respecto a la importancia de las cinco dimensiones.

## H. DIMENSIONES

Para Huertas y Domínguez (2008), el modelo está basado en cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. (Ver Figura 2.10)

📌 Fiabilidad

Ruiz y Grande (2006) refieren a la “capacidad para prestar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”. (pág. 57)

📌 Capacidad de respuesta

Menciona que es la actitud, disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y generar un servicio rápido.

📌 Seguridad

Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

📌 Empatía

Se alude a la atención individualizada que prestan las organizaciones o empresas a sus consumidores o clientes.

📌 Elementos tangibles

“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación” (Ruiz de Maya & Grande esteban, 2006, pág. 57).



Figura 2.10 **Secciones del SERVQUAL.** Elaboración Propia.

### **2.3.3 Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao**

#### **A. Descripción**

CIUNAC es el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao que brinda el servicio de enseñanza de idiomas como inglés, portugués, italiano, francés, alemán y chino mandarín.

Fue creado para la enseñanza de idiomas extranjeros para todos los estudiantes y la comunidad chalaca a nivel regional y nacional.

Cuenta con docentes calificados, ambientes adecuados y centros de cómputo. Además cuenta con horarios según las necesidades de los estudiantes y público en general, por lo cual cada mes se



apertura uno diferente y de acuerdo con las necesidades de los grupos.

### **B. Misión**

Somos el centro de idiomas de la Universidad del Callao que brinda el servicio de enseñanza de idiomas para lo cual contamos con docentes altamente calificados y competitivos, laboratorios de idiomas y ambientes adecuados acorde con la modernidad y la realidad actual, promoviendo el trabajo grupal, logrando altos niveles de enseñanza que les permitirá enfrentar con éxito este mundo globalizado.

### **C. Visión**

Ser reconocidos como un centro líder en la enseñanza de idiomas extranjeros en la región callao y a nivel nacional por su prestigio y responsabilidad de formar estudiantes capaces de comunicarse en cualquier ámbito profesional en este mundo globalizado, moderno y competitivo que requiere un dominio de una lengua extranjera.

### **D. Organización**

La organización actual del CIUNAC comprende la jefatura y las áreas de coordinación académica, personal docente y personal administrativo.

Asimismo la jefatura reúne periódicamente a las áreas competentes para velar por la buena marcha del Centro de Idiomas de acuerdo con los estándares de excelencia que caracterizan a la Universidad Nacional del Callao.

## 2.4 Marco Conceptual

El marco conceptual de la investigación comprende:

1. Calidad.- grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.
2. Capacidad de respuesta.- deseo de ayudar a los clientes y servirles de forma rápida.
3. Cliente.- organización o persona que recibe el producto o servicio.
4. Conformidad.- cumplimiento de un requisito.
5. Control de la calidad.- parte de la gestión de la calidad orientada al cumplimiento de los requisitos de la calidad.
6. Defecto.- incumplimiento de un requisito asociado a un uso previsto o especificado.
7. Eficacia.- grado en que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados.
8. Eficiencia.- relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados.
9. Elementos tangibles.- apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.
10. Empatía.- atención individualizada al cliente.
11. Encuesta SERVQUAL.- es un instrumento que mide la evaluación global de la calidad por parte del cliente. Los resultados son evaluados a través de lo percibido por el cliente en cuanto a la prestación del servicio contra lo esperado por dichos clientes.
12. Fiabilidad.- Habilidad de prestar el servicio promedio en forma precisa.
13. Organización.- conjunto de personas e instalaciones con una disposición de responsabilidades, autoridades y relaciones.
14. Procedimiento.- forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso.

- 15. Proceso.- conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.
- 16. Satisfacción del cliente.- percepción del cliente sobre el grado en que se ha cumplido los requisitos.
- 17. Seguridad.- Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir confianza al cliente.
- 18. Usuario.- Es quién recibe el beneficio pretendido del producto sea o no el comprador del mismo.

## **CAPITULO 3**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

La investigación es de tipo descriptiva, ya que se reseñan hechos, situaciones y características de un objeto de estudio, además es de tipo explicativa ya que se estudia el porqué de los fenómenos o situaciones analizando las causas y efectos entre las variables. En este caso se estudia la problemática de un Centro de Idiomas y mediante la implementación del Modelo SERVQUAL y se busca obtener una mejora reflejada en el Nivel de calidad.

### **3.2. Nivel de la Investigación**

El nivel de la investigación viene dado por el grado de profundidad y alcance que se pretende con la misma. Así tenemos que el nivel de la investigación es exploratoria, ya que se debe “determinar el problema, el objetivo y fines de la investigación” (Carrasco Díaz, 2013, pág. 41)

Además es de nivel descriptivo, ya que nos dice y refiere sobre las características, cualidades, propiedades y rasgo, en un momento y tiempo determinado (Carrasco Díaz, 2013).

### **3.3. Método de la Investigación**

El método de investigación que se emplea al inicio del estudio es el de observación, debido a que se perciben las características y desarrollo de actividades del objeto de estudio.

Luego se utiliza el método inductivo, dado que se inicia por la observación de hechos particulares con el propósito de llegar a conclusiones que pueden ser aplicadas a situaciones similares.

Por último, se emplea el método analítico que se utiliza para la identificación de cada una de las partes que caracterizan la realidad del estudio; y el método sintético para relacionar los elementos componentes del problema y crear explicaciones a partir de su análisis.

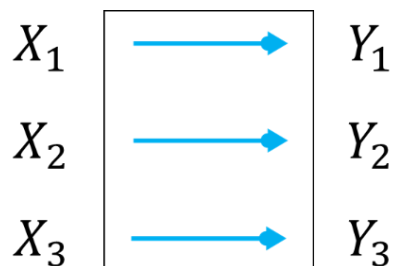
### **3.4. Diseño de la Investigación**

La investigación es de diseño *no experimental*, debido a que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural sin realizar manipulación de las variables; además de ser un diseño de investigación *transeccional* o transversal, ya que recolectamos los datos en un solo momento, en un tiempo único.

Además es de diseño correlacional -causal, teniendo como finalidad “describir relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto” (Sampieri, 2014, pág. 158).

En esta investigación se establece primero la correlación y luego la relación causal entre las variables. (Ver Gráfico 3.1)

#### **Gráfico 3.1 Diseño de Investigación**



Donde:

$X$ : *Modelo SERVQUAL* (variable independiente)

$Y$ : *Nivel de calidad* (variable dependiente)

El diseño de la investigación comprende cinco partes:

- I. Etapa de Recolección de datos: mediante las encuestas.
- II. Etapa de Revisión: la información recopilada se analiza en base al modelo SERVQUAL.
- III. Etapa de Análisis: comprende la definición del criterio más bajo.
- IV. Etapa de Propuesta de Mejora: en base al indicador con menor cantidad de aprobación hallado.

### 3.5. Población y Muestra

La función principal en el desarrollo del Modelo SERVQUAL es el medir el nivel de la calidad del servicio, es por ese motivo que la investigación estará dirigida a los alumnos del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao.

#### 3.5.1 Población de estudio

Los alumnos que comprenden la población de estudio son los estudiantes de idiomas de inglés, portugués e italiano del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, en el periodo de estudio de agosto 2011 hasta julio del 2012. (Ver Cuadro 3.1)

**Cuadro 3.1 Población de estudio**

<b>N°</b>	<b>Grupo</b>	<b>Cantidad</b>
1	Agosto - Diciembre 2011	6176
2	Enero - Julio 2012	8333
<b>TOTAL</b>		<b>14509</b>

Fuente: Elaboración propia

### **3.5.2 Tamaño de la Muestra**

Con la cantidad de la población se procedió a seleccionar una muestra representativa, para lo cual se usa la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

📌 Donde:

$Z_{\alpha}$  = nivel de confianza 95%       $Z = 1.96$

$n$  = Tamaño de la población = 14 509 personas

$P = 0.5$  Probabilidad de éxito

$Q = 0.5$  Probabilidad de fracaso

$i = 5\%$  error

📌 Realizando los cálculos:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 14509}{0.05^2 \times (14509 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 374$$

El número de alumnos encuestados son  $n = 374$  personas.

El muestreo realizado es de tipo probabilístico aleatorio simple ya que “cada miembro de la población tiene una posibilidad igual o independiente de ser seleccionado como parte de la muestra”. (Carrasco Díaz, 2013, pág. 241)

### 3.6 Técnica de recolección de datos

Las técnicas de recolección permiten obtener información válida y confiable para el propósito de la investigación. Para el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos de análisis cualitativo y cuantitativo, efectuado a través de encuestas e información estadística.

Se realizó un cuestionario con 22 interrogantes (Ver Anexo N° 02), las cuales fueron medidas en una escala de tipo Likert, las mismas que contienen elementos del Modelo SERVQUAL. (Ver Cuadro 3.2)

**Cuadro 3.2 Distribución de Preguntas del Cuestionario**

Variables	Dimensión	Preguntas
<b>Modelo SERVQUAL</b>	Fiabilidad	1 y 2
	Capacidad de respuesta	3 y 4
	Seguridad	5 y 6



	Empatía	7, 8 y 9
	Elementos tangibles	10 y 11
<b>Nivel de calidad</b>	Satisfacción del cliente	12 y 13
	Procedimientos	14 y 15
	Material	16 y 17
	Equipamiento	18, 19 y 20
	Infraestructura	21 y 22

Fuente: Elaboración Propia

La valoración de los ítems tendrá la escala de tipo Likert, que presenta cinco opciones de respuesta. (Ver Cuadro 3.3)

**Cuadro 3.3 Escala tipo Likert**

<b>Valor</b>	<b>Respuesta</b>
5	Muy de acuerdo
4	De acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
2	En desacuerdo
1	Muy en desacuerdo

Fuente: Elaboración Propia

Se capacitó a un equipo de 10 personas para la aplicación del cuestionario. Se procedió a aplicar en un tiempo de 15 días. Se orientó a cada usuario para el llenado del cuestionario. Finalmente se realizaron los procesamientos y análisis de los datos obtenidos.

Cuadro 3.4 Datos de la aplicación de la encuesta

Personas	Cantidad	Duración
Persona 1	38	7 días
Persona 2	37	7 días
Persona 3	33	7 días
Persona 4	42	12 días
Persona 5	39	15 días
Persona 6	30	10 días
Persona 7	40	12 días
Persona 8	36	12 días
Persona 9	38	8 días
Persona 10	41	12 días
<b>TOTAL</b>	<b>374</b>	<b>15 días</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.6.1 Método Cuantitativo

Este método cuantitativo se realizó a través de datos numéricos, constituyéndose por las encuestas y el procesamiento de la información con herramientas estadísticas.

Para el análisis cuantitativo se usaron diferentes programas aplicativos estadísticos tales como el SPSS Statistics y Microsoft Excel. Para el análisis de la información se utilizó la Prueba Estadística de la Correlación de Pearson y el Modelo de Regresión Lineal para la contrastación de la hipótesis de la investigación.

### 3.6.2 Método Cualitativo

El método cualitativo en el desarrollo de esta investigación “pretende conceptuar sobre la realidad, con base en la información obtenida de la población o las personas estudiadas” (Bernal Torres, 2010, pág. 60).

Para ello, se realizaron métodos descriptivos para evaluar ciertas características de una situación particular dentro de un periodo de tiempo.

El método cualitativo en el desarrollo de esta investigación fue utilizado para determinar la información que ayudó a realizar la propuesta de mejora. Esta información comprende la observación y descripción de los procesos de atención al usuario.

Para mayor comprensión, a continuación se presenta la Ficha Técnica de la Metodología de la Investigación.

### **Cuadro 3.5 Ficha Técnica de Metodología de la Investigación**

FICHA TÉCNICA	
<b>1.1 Objetivo General</b>	
	Determinar la calidad del servicio de los usuarios del CIUNAC según el Modelo SERVQUAL durante el periodo 2011 – 2012.
<b>1.2 Características de la encuesta</b>	
	<p><b>Método de entrevista:</b> Entrevista directa pues se encuesta directamente a los usuarios del CIUNAC.</p> <p><b>Personal de campo:</b> Encuestadores.</p>
<b>1.3 Cobertura de la encuesta</b>	
	<p><b>Cobertura geográfica:</b> Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao.</p> <p><b>Cobertura temporal:</b> Agosto del 2011 hasta julio del 2012.</p> <p><b>Cobertura temática:</b> Dimensiones del Modelo SERVQUAL.</p>
<b>1.4 Descripción del universo</b>	
	Estudiantes (usuarios) de idiomas de inglés, portugués e italiano del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao (CIUNAC) durante el periodo 2011 – 2012.
<b>1.5 Tamaño muestral</b>	
	El número a encuestar son 374 estudiantes del CIUNAC.
<b>1.6 Margen de confianza de los resultados</b>	
	El margen de confianza es de 95%
<b>1.7 Margen de error de los resultados</b>	
	El margen de error es de 5%
<b>1.8 Técnicas de recolección de datos</b>	
	<p><b>Cuantitativo:</b> Se empleó los programas SPSS Statistics y Microsoft Excel para el procesamiento de las encuestas.</p> <p><b>Cualitativo:</b> Se aplicaron los métodos descriptivos.</p>

Fuente: Elaboración propia

## CAPITULO 4

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados**

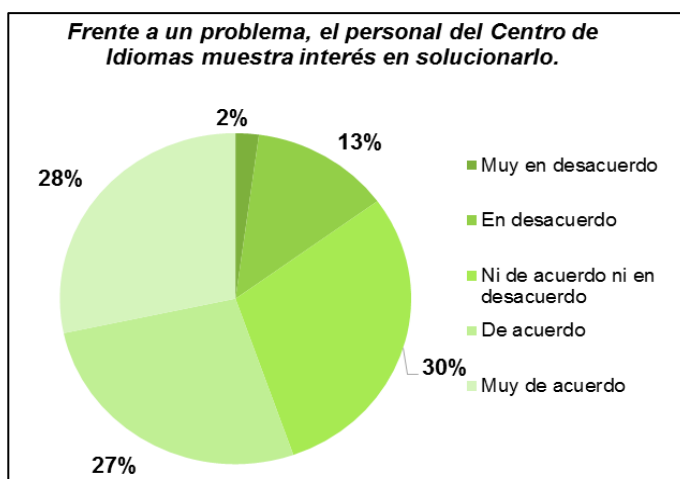
Con el fin de hallar el nivel de la calidad del servicio, se procedió a realizar el cuestionario al grupo de interés del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao. Con fines de comprobar la hipótesis planteada, el cuestionario realizado contiene las dimensiones del modelo SERVQUAL y las dimensiones del nivel de calidad expresado en factores que influyen en el aprendizaje de los alumnos.

La presentación de los resultados se realiza mediante los indicadores de la investigación.

#### **I. Interés por el cliente**

Para este indicador se formuló consultó sobre el personal del CIUNAC muestra interés en solucionar problemas, de lo que se obtiene que un 28% de los entrevistados están muy de acuerdo y un 30% está ni acuerdo ni en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.1)

**Gráfico 4.1 Resultados sobre el Interés por el cliente**

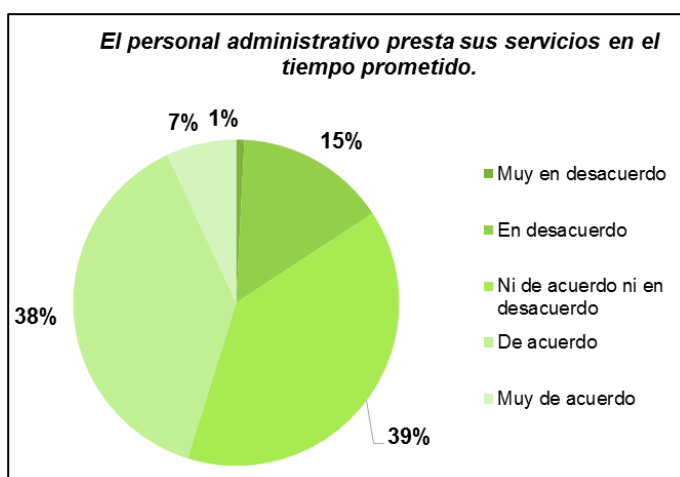


Fuente: Elaboración Propia

## II. Compromiso del personal

Ante la pregunta sobre la prestación del servicio en el tiempo prometido, un 39% de los entrevistados está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 38% está de acuerdo. (Ver Gráfico 4.2)

**Gráfico 4.2 Resultados sobre el Compromiso del personal**

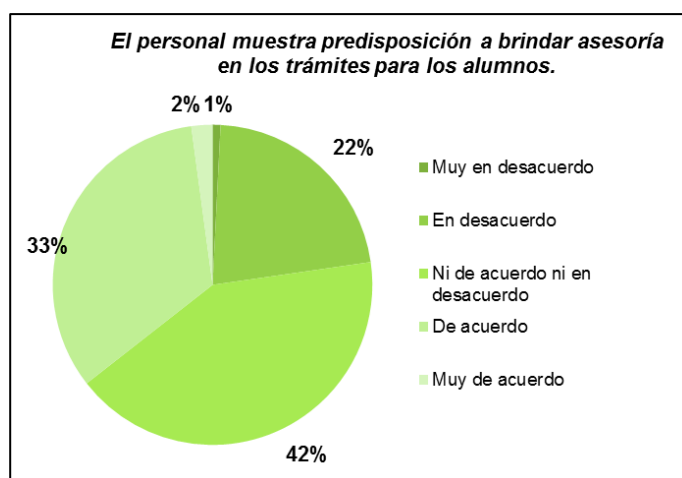


Fuente: Elaboración Propia

## III. Actitud y disposición

A la pregunta si el personal tiene predisposición a brindar asesoría en los trámites, se obtiene que un 42% considera estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, en tanto un 33% está de acuerdo. Mientras que solo un 2% está muy de acuerdo y un 1% está muy en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.3)

**Gráfico 4.3 Resultados sobre la Actitud y disposición**

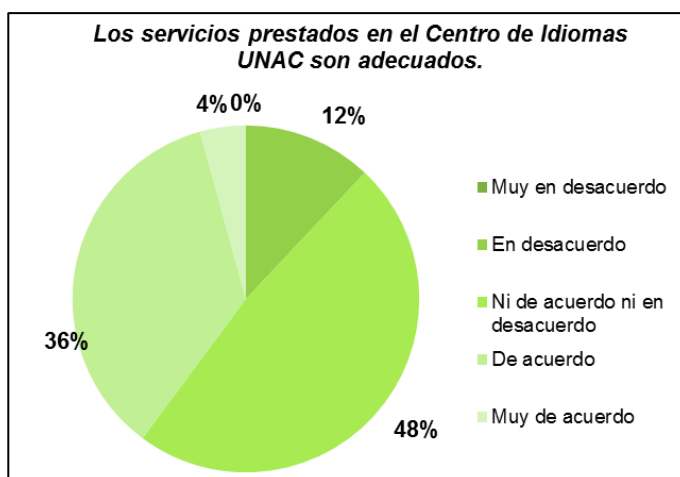


Fuente: Elaboración Propia

#### IV. Rapidez del servicio

Al preguntar si los servicios prestados en el Centro de Idiomas de la UNAC son adecuados, se obtiene que un 4% está muy de acuerdo, un 36% está de acuerdo, un 48% de los entrevistados están ni en acuerdo ni en desacuerdo, un 12% en desacuerdo y un porcentaje cero está muy en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.4)

**Gráfico 4.4 Resultados sobre el impacto de la Rapidez del servicio**

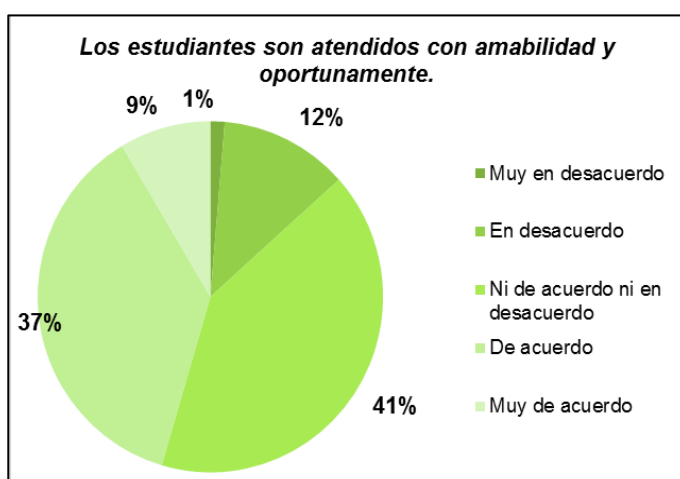


Fuente: Elaboración Propia

#### V. Servicio oportuno

Las respuestas obtenidas a la pregunta si los estudiantes son atendidos con amabilidad y oportunamente fueron: un notable 41% de los entrevistados están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 37% de acuerdo. (Ver Gráfico 4.5)

**Gráfico 4.5 Resultados sobre el impacto del Servicio oportuno**



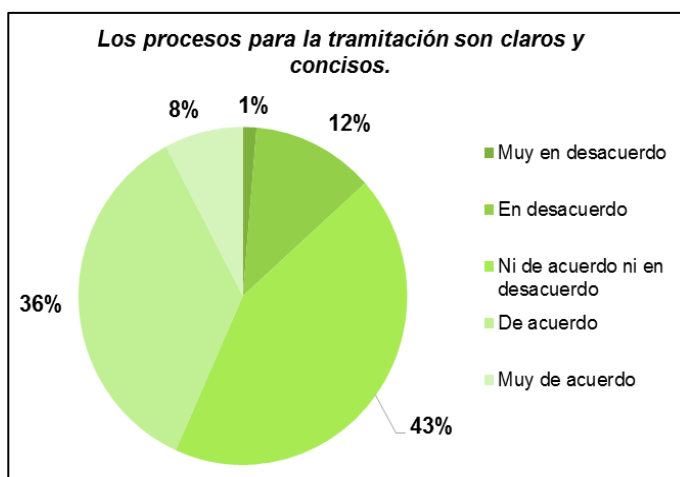
Fuente: Elaboración Propia

#### VI. Proceso adecuado



A la pregunta si los procesos para la tramitación son claros y concisos, se obtiene que un 8% de los entrevistados están muy de acuerdo, un 36% de acuerdo, un 43% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 12% en desacuerdo y un 1% muy en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.6)

**Gráfico 4.6 Resultados sobre el Proceso adecuado**

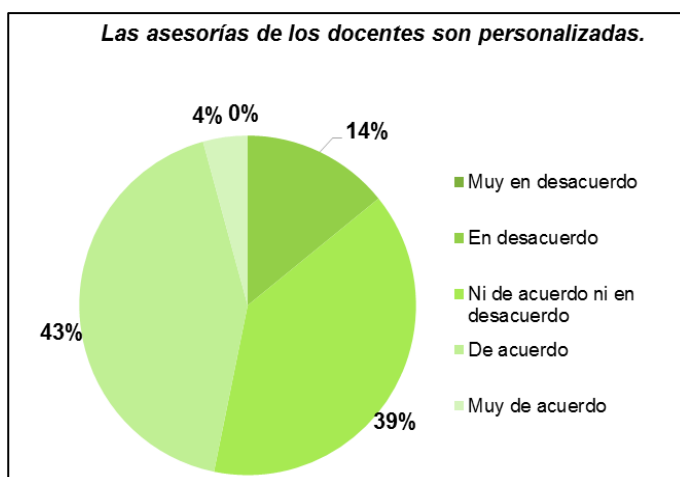


Fuente: Elaboración Propia

#### VII. Atención personalizada del docente

En este indicador se obtiene que los alumnos consideran en un 4% estar muy de acuerdo con que reciben asesorías personalizadas, un 43% está de acuerdo, un 39% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 14% en desacuerdo y un porcentaje de cero para la opción muy en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.7)

**Gráfico 4.7 Resultados sobre la Atención personalizada del docente**

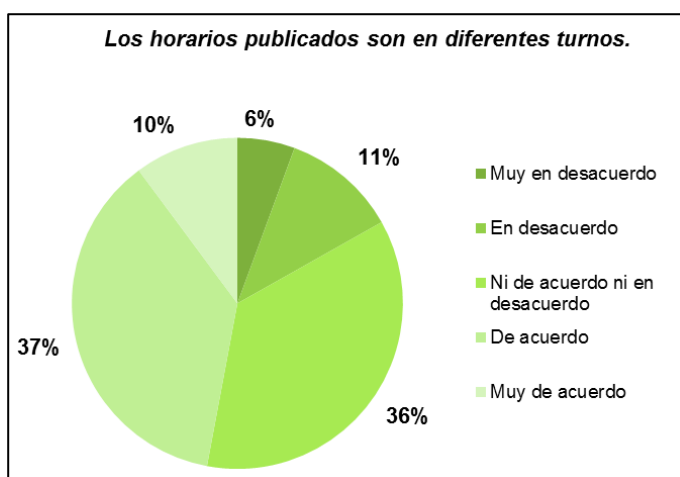


Fuente: Elaboración Propia

#### VIII. Conveniencia de horarios

A la pregunta si los horarios son publicados en diferentes turnos, un 37% de los entrevistados están de acuerdo y 36% están ni acuerdo ni en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.8)

**Gráfico 4.8 Resultados sobre la Conveniencia de horarios**

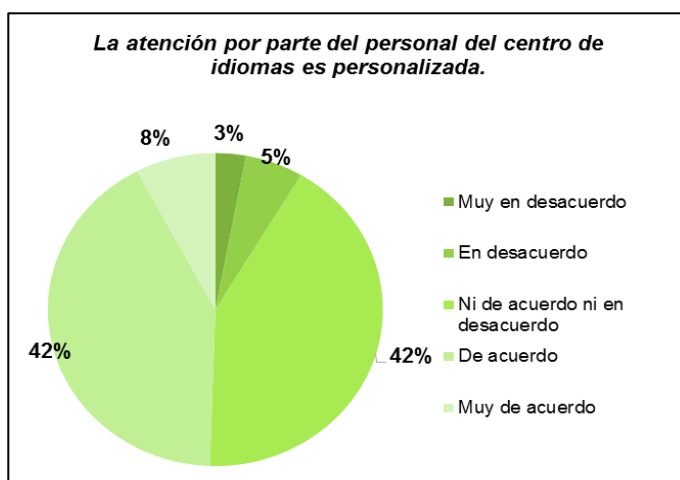


Fuente: Elaboración Propia

#### IX. Atención personalizada del personal administrativo

A la pregunta si la atención por parte del personal administrativo es personalizada, se obtuvo que un 8% de los entrevistados están muy de acuerdo, un 42% de acuerdo, un 42% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 5% en desacuerdo y un 3% muy en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.9)

**Gráfico 4.9 Resultados sobre la Atención personalizada del personal administrativo**



Fuente: Elaboración Propia

#### X. Instalaciones

En cuanto a las instalaciones, un 9% de los entrevistados están muy de acuerdo en que son espaciosas, un 41% de acuerdo, un 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 14% en desacuerdo y un 1% muy en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.10)

**Gráfico 4.10 Resultados sobre las Instalaciones**

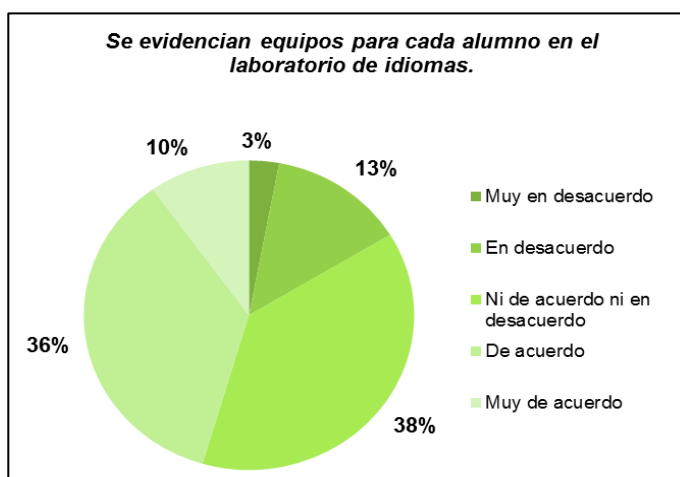


Fuente: Elaboración Propia

## XI. Equipos

Con respecto a la pregunta si se evidencian equipos para cada alumno, se obtiene que un 10% de los entrevistados están muy de acuerdo y un 36% de acuerdo; mientras que un 38% están ni acuerdo ni en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.11)

**Gráfico 4.11 Resultados sobre los Equipos**

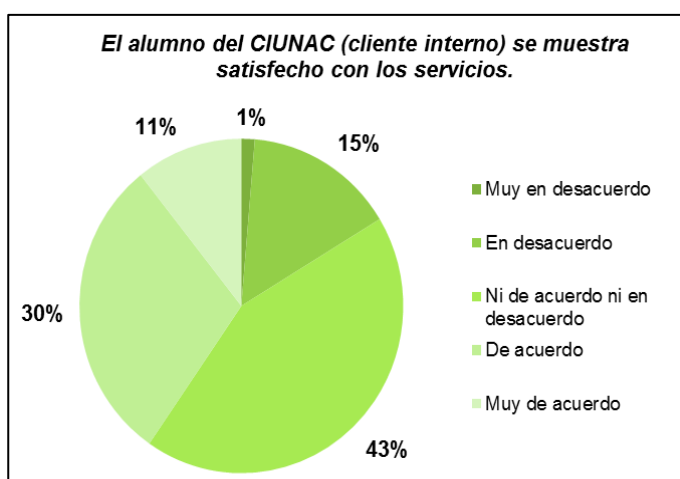


Fuente: Elaboración Propia

## XII. Cliente interno

En este indicador se formuló la pregunta si el alumno se muestra satisfecho con los servicios, de lo que se obtiene que un 11% de los entrevistados están muy de acuerdo y un 30% de acuerdo; mientras que un 43% está ni acuerdo ni en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.12)

**Gráfico 4.12 Resultados sobre la satisfacción del Cliente interno**

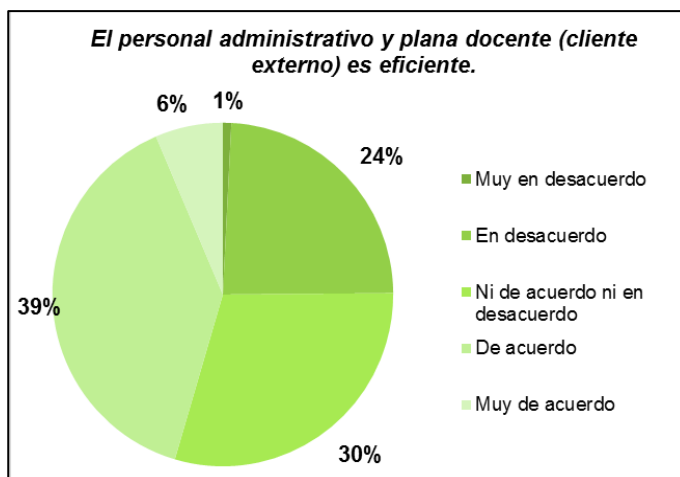


Fuente: Elaboración Propia

### XIII. Cliente externo

Se formuló la pregunta si el personal administrativo y plana docente es eficiente, se obtuvo que un 6% de los entrevistados están muy de acuerdo, un 39% de acuerdo, un 30% ni acuerdo ni en desacuerdo y un 24% en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.13)

**Gráfico 4.13 Resultados sobre el Cliente externo**

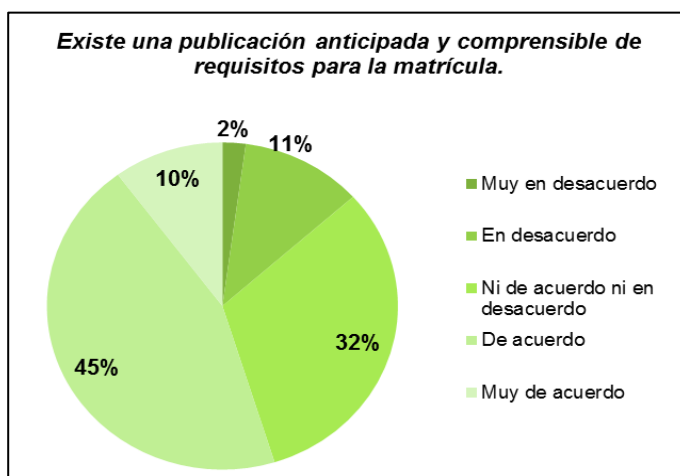


Fuente: Elaboración Propia

#### XIV. Matrícula

A la pregunta si existe una publicación anticipada y comprensible de requisitos para la matrícula se obtiene que un 10% de los entrevistados están muy de acuerdo y un 45% de acuerdo; mientras que un 32% está ni acuerdo ni en desacuerdo y un 11% en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.14)

**Gráfico 4.14 Resultados sobre la Matrícula**

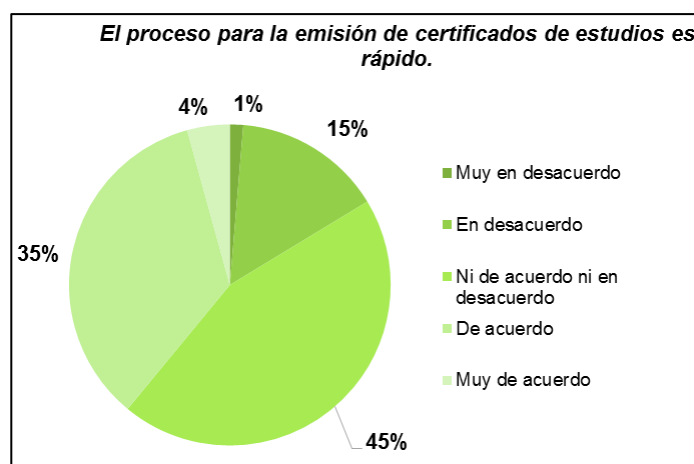


Fuente: Elaboración Propia

#### XV. Certificados

Sobre si el proceso para la emisión de certificados de estudios es rápido, se obtiene que un 4% de los entrevistados están muy de acuerdo, un 35% de acuerdo, un 45% está ni acuerdo ni en desacuerdo, un 15% en desacuerdo y un 1% muy en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.15)

**Gráfico 4.15 Resultados sobre los Certificados**

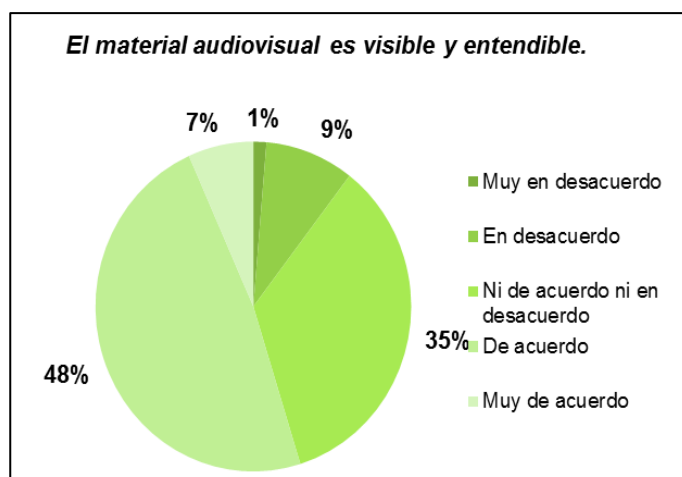


Fuente: Elaboración Propia

#### XVI. Material audiovisual

En este indicador se obtiene que un 7% de los entrevistados están muy de acuerdo que el material audiovisual es visible y entendible, un 48% de acuerdo, un 35% ni acuerdo ni en desacuerdo y un 9% en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.16)

**Gráfico 4.16 Resultados sobre el Material audiovisual**

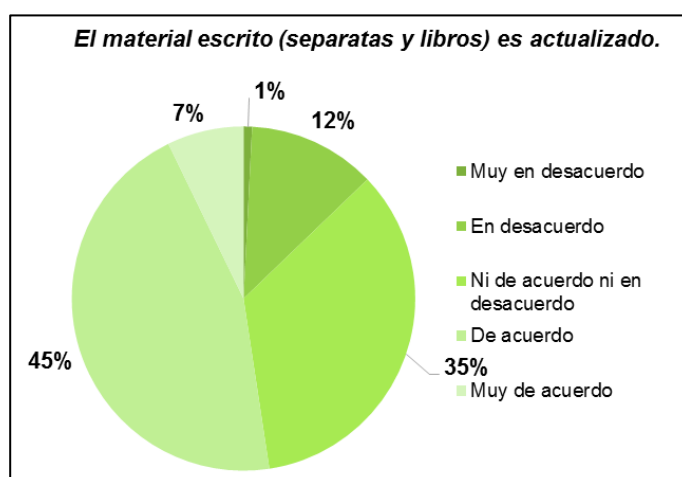


Fuente: Elaboración Propia

#### XVII. Material escrito

Con respecto a si el material escrito es actualizado, se obtiene que un 7% de los entrevistados están muy de acuerdo, un 45% de acuerdo, un 35% está ni acuerdo ni desacuerdo y un 12% está en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.17)

**Gráfico 4.17 Resultados sobre el Material escrito**



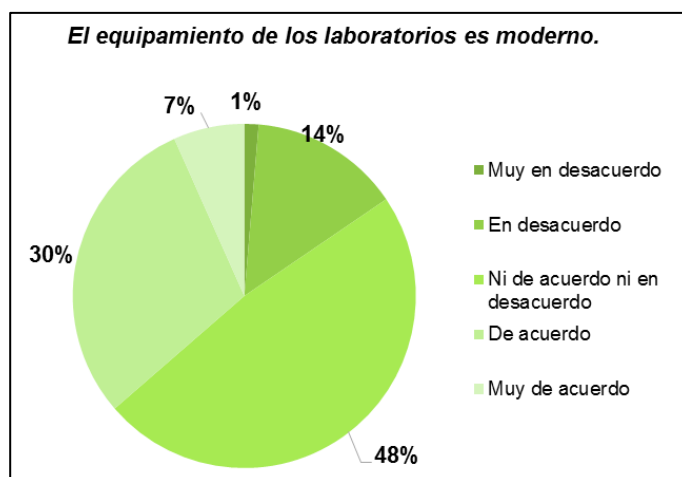
Fuente: Elaboración Propia

#### XVIII. Moderno



Sobre si el equipamiento de los laboratorios es moderno un 7% de los entrevistados están muy de acuerdo y un 30% de acuerdo. Mientras que un 48% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 14% está en desacuerdo. (Gráfico 4.18)

Gráfico 4.18 **Resultados sobre el equipamiento Moderno**

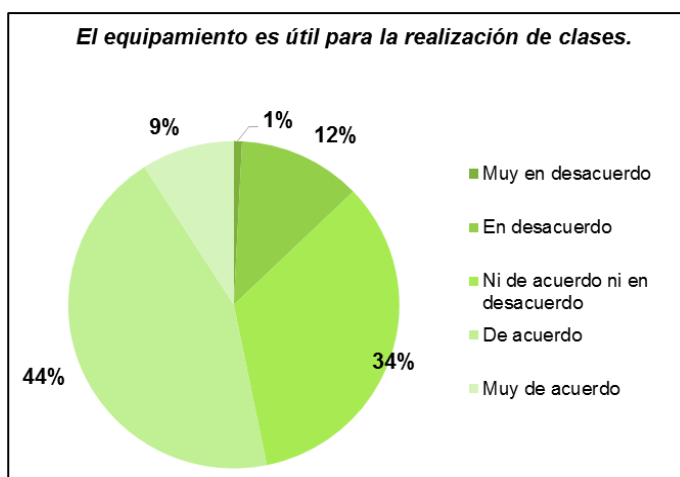


Fuente: Elaboración Propia

#### XIX. Utilidad

Con respecto a la utilidad del equipamiento, se obtiene que un 9% de los entrevistados están muy de acuerdo, un 44% de acuerdo, un 34% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 12% está en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.19)

Gráfico 4.19 **Resultados sobre la Utilidad del equipamiento**

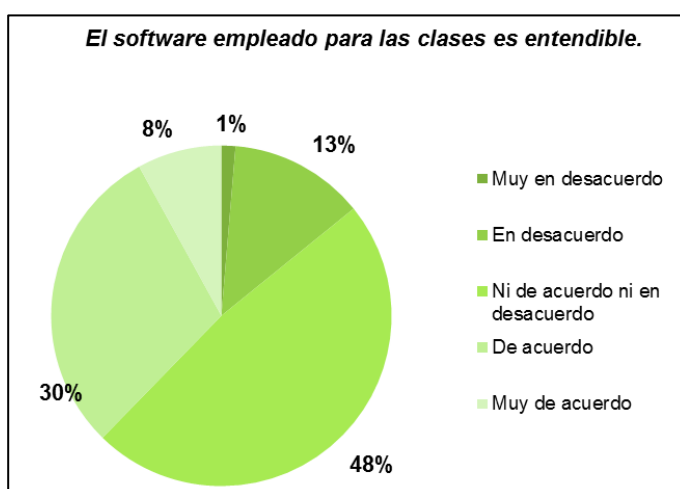


Fuente: Elaboración Propia

## XX. Software

Ante la pregunta si el software empleado para las clases es entendible, se obtiene que un 8% de los entrevistados están muy de acuerdo, un 30% de acuerdo, un 48% ni acuerdo ni en desacuerdo y un 13% está en desacuerdo. (Ver Gráfico 4.20)

Gráfico 4.20 **Resultados sobre el Software del equipamiento**

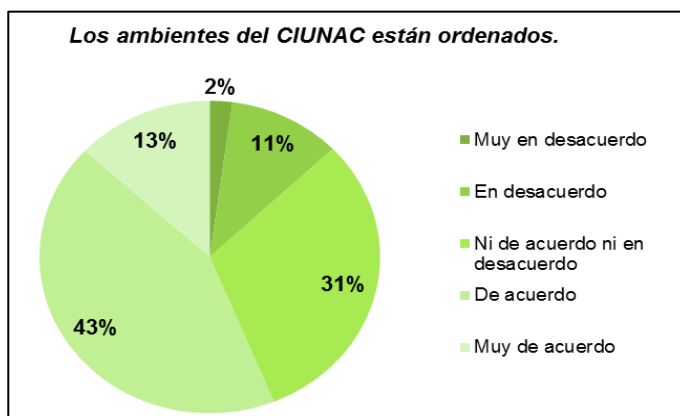


Fuente: Elaboración Propia

## XXI. Orden

En este indicador se obtiene que un 13% de los entrevistados están muy de acuerdo y un 43% de acuerdo. (Ver Gráfico 4.21)

**Gráfico 4.21 Resultados sobre el Orden**

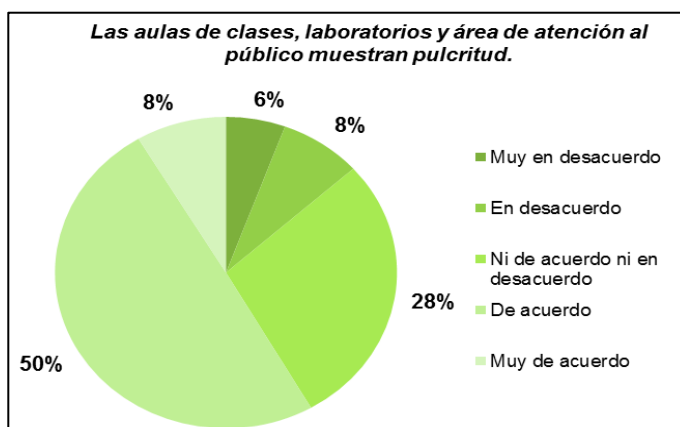


Fuente: Elaboración Propia

## XXII. Limpieza

En este indicador se obtiene que un 8% de los entrevistados están muy de acuerdo y un 50% de acuerdo. (Ver Gráfico 4.22)

**Gráfico 4.22 Resultados sobre la Limpieza**



Fuente: Elaboración Propia

## 4.2 Prueba de Hipótesis

El desarrollo estadístico se llevó a cabo en dos etapas: la primera comprende el método estadístico y luego se desarrolla la prueba de hipótesis.

### A. Método estadístico

Para evaluar el grado de asociación o independencia de dos variables cuantitativas, variable independiente (*Modelo SERVQUAL*) con la variable dependiente (*Nivel de Calidad*), debe recurrirse a técnicas de correlación y/o regresión.

La correlación es una técnica matemática que evalúa la fuerza de asociación o relación entre dos variables cuantitativas, tanto en términos de direccionalidad como de fuerza o intensidad, proporcionando un coeficiente de correlación ( $r$  de Pearson). La regresión lineal simple es un modelo matemático que explora la dependencia entre dos variables cuantitativas (supone que en el modelo una es la variable dependiente y otra la independiente), tratando de verificar si la citada relación es lineal y aportando unos coeficientes que sirven para construir la ecuación de la recta de predicción. (Aguayo Canela, 2007, pág. 1)

Para realizar las pruebas estadísticas, es necesario hallar la media de las dos preguntas formuladas en el cuestionario por cada dimensión. (Ver Cuadro 4.1)

Cuadro 4.1 Resultados de la Media

VARIABLES	DIMENSIÓN	ITEM	Muy en desacuerdo	En acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	TOTAL
Modelo SERVQUAL	Fiabilidad	P1	5.50	52.00	128.50	122.00	66.00	374
		P2						
	Capacidad de respuesta	P3	1.50	63.50	168.00	129.00	12.00	374
		P4						
	Seguridad	P5	5.00	45.00	158.00	135.50	30.50	374
		P6						
	Empatía	P7	10.67	38.67	146.00	151.00	27.67	374
		P8						
		P9						
	Elementos tangibles	P10	7.00	51.50	137.50	143.50	34.50	374
		P11						
Nivel de calidad	Satisfacción del cliente	P12	4.00	73.00	136.50	128.50	32.00	374
		P13						
	Procedimientos	P14	6.50	49.00	143.00	148.50	27.00	374
		P15						
	Material	P16	4.00	39.50	130.00	174.50	26.00	374
		P17						
	Equipamiento	P18	4.33	48.67	162.33	129.00	29.67	374
		P19						
		P20						
	Infraestructura	P21	14.50	34.50	111.00	173.50	40.50	374
		P22						

Fuente: Elaboración propia

Los procedimientos estadísticos y la relación entre las variables cuantitativas, se llevó a cabo empleando como método de cálculo el software SPSS Statistics, el análisis se realizó por cada hipótesis planteada en la investigación.

## B. Prueba de Hipótesis

Las pruebas se realizarán a las hipótesis que se afirman en la investigación.

## I. Contrastación de Hipótesis Específica 1

Teniendo la hipótesis:

*La fiabilidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.*

Se desarrolla los siguientes pasos:

### 1. Planteamiento:

$H_0$ : La fiabilidad del servicio no incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.

$H_a$ : La fiabilidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.

### 2. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$ (nivel de confianza de 95%)

### 3. Criterios para la contrastación:

$p\text{-valor} < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta  $H_a$ .

$p\text{-valor} \geq 0.05$ , se acepta la  $H_0$ .

### 4. Prueba estadística

Mediante el software SPSS Statistics, se calcula el coeficiente de correlación entre las variables *Fiabilidad* y *Satisfacción del cliente*. (Ver Cuadro 4.2)

Cuadro 4.2 **Correlación de Pearson para la hipótesis específica 1**

Correlaciones		Fiabilidad	Satisfacción del cliente
Fiabilidad	Correlación de Pearson	1	,937 <sup>*</sup>
	Sig. (bilateral)		,019
	N	5	5
Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	,937 <sup>*</sup>	1
	Sig. (bilateral)	,019	
	N	5	5

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

El valor obtenido para el coeficiente de correlación es de 0,937, con el valor  $p=0,019 < 0,05$ , lo cual hace suponer que en principio, la correlación entre ambas dimensiones es muy alta.

Cuando existe correlación lineal ( $r > 0,3$ ,  $p$  asociada al contraste de la correlación menor a 0,05), se debe completar el estudio estadístico a través del análisis de regresión lineal simple, para evaluar dicha relación y estimar una recta de regresión, que nos permita hacer predicciones. Calculamos ahora la regresión lineal: (Ver Cuadro 4.3 y 4.4)

Cuadro 4.3 **Resumen del modelo 1**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,937 <sup>a</sup>	,877	,836	23,55111

a. Variables predictoras: (Constante), Fiabilidad

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.4 Coeficientes de regresión lineal 1

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B	
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior
1 (Constante)	-4,702	20,154		-,233	,831	-68,840	59,436
<b>1</b> <b>Fiabilidad</b>	<b>1,063</b>	,230	,937	4,627	<b>,019</b>	,332	1,794

a. Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Fuente: Elaboración Propia

## 5. Decisión:

El modelo lineal se ajusta con mínimos errores, observando que el coeficiente de regresión es de 1,063, lo que implica que hay evolución de la *satisfacción del cliente* en función de la *fiabilidad*, con un coeficiente de determinación del 83.6% ( $R-sq$ ), por lo que es un buen ajuste y por tanto, los residuos son mínimos. El valor  $p$ -valor = 0,019 < 0,05, lo que se debe rechazar la  $H_0$ .

**Conclusión:**

La fiabilidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.

**II. Contrastación de Hipótesis Específica 2**

Teniendo la hipótesis:

*La capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.*



Se desarrolla los siguientes pasos:

1. Planteamiento:

$H_0$ : La capacidad de respuesta no incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

$H_a$ : La capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

2. Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$  (nivel de confianza de 95%)

3. Criterios para la contrastación:

$p\text{-valor} < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta  $H_a$ .

$p\text{-valor} \geq 0.05$ , se acepta la  $H_0$ .

4. Prueba estadística:

Mediante el software SPSS Statistics, se calcula el coeficiente de correlación entre las variables *Capacidad de respuesta* y *Procedimientos*. (Ver Cuadro 4.5)

Cuadro 4.5 **Correlación de Pearson para la hipótesis específica**

2

Correlaciones		Capacidad de respuesta	Procedimientos
Capacidad de respuesta	Correlación de Pearson	1	,966*
	Sig. (bilateral)		,008
	N	5	5
Procedimientos	Correlación de Pearson	,966*	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	5	5

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

El valor obtenido para el coeficiente de correlación es de 0,966, con el valor  $p=0,008 < 0,05$ , lo cual hace suponer que en principio, la correlación entre ambas dimensiones es muy alta.

Cuando existe correlación lineal ( $r > 0,3$ ,  $p$  asociada al contraste de la correlación menor a 0,05), se debe completar el estudio estadístico a través del análisis de regresión lineal simple, para evaluar dicha relación y estimar una recta de regresión, que nos permita hacer predicciones. Calculamos ahora la regresión lineal: (Ver Cuadro 4.6 y 4.7)

**Cuadro 4.6 Resumen del modelo 2**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,966 <sup>a</sup>	,933	,910	19,90012

a. Variables predictoras: (Constante), Capacidad de respuesta

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 4.7 Coeficientes de regresión lineal 2**

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B	
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior
(Constante)	8,584	13,578		,632	,572	-34,628	51,796
<b>1</b> Capacidad de respuesta	<b>,885</b>	,137	,966	6,457	<b>,008</b>	,449	1,322

a. Variable dependiente: Procedimientos

Fuente: Elaboración Propia

##### 5. Decisión:

El modelo lineal se ajusta con mínimos errores, observando que el coeficiente de regresión es de 0,885, lo que implica que hay

evolución de los *Procedimientos* en función de la *Capacidad de respuesta*, con un coeficiente de determinación del 93.3% (*R-sq*), por lo que es un buen ajuste y por tanto, los residuos son mínimos. El valor  $p\text{-valor} = 0,008 < 0,05$ , lo que se debe rechazar la  $H_0$ .

**Conclusión:** La capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

### III. Contrastación de Hipótesis Específica 3

Teniendo la hipótesis:

*La seguridad incide en la percepción del buen material de estudio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.*

Se desarrolla los siguientes pasos:

#### 1. Planteamiento:

$H_0$ : La seguridad no incide en la percepción del buen material de estudio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.

$H_a$ : La seguridad incide en la percepción del buen material de estudio del Centro de Idiomas de la Universidad del Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.

#### 2. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$ (nivel de confianza de 95%)

#### 3. Criterios para la contrastación:

$p\text{-valor} < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta  $H_a$ .

$p\text{-valor} \geq 0.05$ , se acepta la  $H_0$ .

#### 4. Prueba estadística

Mediante el software SPSS Statistics, se calcula el coeficiente de correlación entre las variables *Seguridad* y *Material de estudio*. (Ver Cuadro 4.8)

Cuadro 4.8 **Correlación de Pearson para la hipótesis específica**  
**3**

Correlaciones		Seguridad	Material de estudio
Seguridad	Correlación de Pearson	1	,944*
	Sig. (bilateral)		,016
	N	5	5
Material de estudio	Correlación de Pearson	,944*	1
	Sig. (bilateral)	,016	
	N	5	5

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

El valor obtenido para el coeficiente de correlación es de 0,944, con el valor  $p=0,016 < 0,05$ , lo cual hace suponer que en principio, la correlación entre ambas dimensiones es muy alta.

Cuando existe correlación lineal ( $r > 0,3$ ,  $p$  asociada al contraste de la correlación menor a 0,05), se debe completar el estudio estadístico a través del análisis de regresión lineal simple, para evaluar dicha relación y estimar una recta de regresión, que nos permita hacer predicciones. Calculamos ahora la regresión lineal: (Ver Cuadro 4.9 y 4.10)

Cuadro 4.9 Resumen del modelo 3

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,944 <sup>a</sup>	,892	,855	27,95478

a. Variables predictoras: (Constante), Seguridad

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.10 Coeficientes de regresión lineal 3

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B	
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior
1 (Constante)	-1,921	19,871		-,097	,929	-65,158	61,316
	1,026	,206	,944	4,967	,016	,369	1,683

a. Variable dependiente: Material de estudio

Fuente: Elaboración Propia

## 5. Decisión:

El modelo lineal se ajusta con mínimos errores, observando que el coeficiente de regresión es de 1,026, lo que implica que hay evolución de la *percepción del material de estudio* en función de la *seguridad*, con un coeficiente de determinación del 89.2% (*R-sq*), por lo que es un buen ajuste y por tanto, los residuos son mínimos. El valor *p-valor* = 0,016 < 0,05, lo que se debe rechazar la  $H_0$ .

**Conclusión:** La seguridad incide en la percepción del buen material de estudio del Centro de Idiomas de la Universidad del Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.

## IV. Contrastación de Hipótesis Específica 4

Teniendo la hipótesis:

*La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.*

Se desarrolla los siguientes pasos:

1. Planteamiento:

$H_0$ : La empatía no incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

$H_a$ : La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

2. Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$  (nivel de confianza de 95%)

3. Criterios para la contrastación:

$p\text{-valor} < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta  $H_a$ .

$p\text{-valor} \geq 0.05$ , se acepta la  $H_0$ .

4. Prueba estadística:

Mediante el software SPSS Statistics, se calcula el coeficiente de correlación entre las variables *Empatía* y *Equipamiento*. (Ver Cuadro 4.11)

Cuadro 4.11 **Correlación de Pearson para la hipótesis específica**

**4**

Correlaciones		Empatía	Equipamiento
<b>Empatía</b>	Correlación de Pearson	1	,976*
	Sig. (bilateral)		,005
	N	5	5
<b>Equipamiento</b>	Correlación de Pearson	,976*	1
	Sig. (bilateral)	,005	
	N	5	5

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

El valor obtenido para el coeficiente de correlación es de 0,976, con el valor  $p=0,005 < 0,05$ , lo cual hace suponer que en principio, la correlación entre ambas dimensiones es muy alta.

Cuando existe correlación lineal ( $r > 0,3$ ,  $p$  asociada al contraste de la correlación menor a 0,05), se debe completar el estudio estadístico a través del análisis de regresión lineal simple, para evaluar dicha relación y estimar una recta de regresión, que nos permita hacer predicciones. Calculamos ahora la regresión lineal: (Ver Cuadro 4.12 y 4.13)

Cuadro 4.12 **Resumen del modelo 4**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,976 <sup>a</sup>	,952	,936	17,10521

a. Variables predictoras: (Constante), Empatía

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.13 **Coefficientes de regresión lineal 4**

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B	
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior
1 (Constante)	2,271	12,122		,187	,863	-36,306	40,848
Empatía	,970	,126	,976	7,713	,005	,570	1,370

a. Variable dependiente: Equipamiento

Fuente: Elaboración Propia

##### 5. Decisión:

El modelo lineal se ajusta con mínimos errores, observando que el coeficiente de regresión es de 0,970, lo que implica que hay evolución del *Equipamiento* en función de la *Empatía*, con un

coeficiente de determinación del 95.2% ( $R-sq$ ), por lo que es un buen ajuste y por tanto, los residuos son mínimos. El valor  $p\text{-valor} = 0,005 < 0,05$ , lo que se debe rechazar la  $H_0$ .

**Conclusión:** La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

## V. Contrastación de Hipótesis Específica 5

Teniendo la hipótesis:

*Los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.*

Se desarrolla los siguientes pasos:

### 1. Planteamiento:

$H_0$ : Los elementos tangibles no inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

$H_a$ : Los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

### 2. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$ (nivel de confianza de 95%)

### 3. Criterios para la contrastación:

$p\text{-valor} < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta  $H_a$ .

$p\text{-valor} \geq 0.05$ , se acepta la  $H_0$ .



#### 4. Prueba estadística:

Mediante el software SPSS Statistics, se calcula el coeficiente de correlación entre las variables *Elementos tangibles* e *Infraestructura*. (Ver Cuadro 4.14)

Cuadro 4.14 **Correlación de Pearson para la hipótesis específica**  
**5**

Correlaciones		Elementos tangibles	Infraestructura
Elementos tangibles	Correlación de Pearson	1	,942 <sup>*</sup>
	Sig. (bilateral)		,017
	N	5	5
Infraestructura	Correlación de Pearson	,942 <sup>*</sup>	1
	Sig. (bilateral)	,017	
	N	5	5

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

El valor obtenido para el coeficiente de correlación es de 0,942, con el valor  $p=0,017 < 0,05$ , lo cual hace suponer que en principio, la correlación entre ambas dimensiones es muy alta.

Cuando existe correlación lineal ( $r > 0,3$ ,  $p$  asociada al contraste de la correlación menor a 0,05), se debe completar el estudio estadístico a través del análisis de regresión lineal simple, para evaluar dicha relación y estimar una recta de regresión, que nos permita hacer predicciones. Calculamos ahora la regresión lineal: (Ver Cuadro 4.15 y 4.16)

Cuadro 4.15 **Resumen del modelo 5**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,942 <sup>a</sup>	,887	,849	25,71230

a. Variables predictoras: (Constante), Elementos tangibles

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.16 **Coefficientes de regresión lineal 5**

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B	
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior
(Constante)	-1,220	19,292		-,011	,992	-61,616	61,177
<b>1 Elementos tangibles</b>	<b>1,003</b>	,207	,942	4,843	<b>,017</b>	,344	1,662

a. Variable dependiente: Infraestructura

Fuente: Elaboración Propia

## 5. Decisión:

El modelo lineal se ajusta con mínimos errores, observando que el coeficiente de regresión es de 1,003, lo que implica que hay evolución en cuanto a la *Infraestructura* en función de los *Elementos tangibles* (*instalaciones, equipos*), con un coeficiente de determinación del 88.7% (*R-sq*), por lo que es un buen ajuste y por tanto, los residuos son mínimos. El valor *p-valor* = 0,017 < 0,05, lo que se debe rechazar la  $H_0$ .

**Conclusión:** Los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

## VI. Contrastación de Hipótesis Principal

Teniendo la hipótesis:

*El modelo SERVQUAL permite medir adecuadamente el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012.*

Se desarrolla los siguientes pasos:

### 1. Planteamiento:

$H_0$ : El modelo SERVQUAL no permite medir adecuadamente el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

$H_a$ : El modelo SERVQUAL permite medir adecuadamente el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

### 2. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$ (nivel de confianza de 95%)

### 3. Criterios para la contrastación:

$p\text{-valor} < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta  $H_a$ .

$p\text{-valor} \geq 0.05$ , se acepta la  $H_0$ .

### 4. Prueba estadística:

Mediante el software SPSS Statistics, se calcula el coeficiente de correlación entre las variables *Modelo SERVQUAL* y *Nivel de calidad*. (Ver Cuadro 4.17)

Cuadro 4.17 **Correlación de Pearson para la Hipótesis Principal**

Correlaciones		Modelo SERVQUAL	Nivel de calidad
Modelo SERVQUAL	Correlación de Pearson	1	,994 <sup>*</sup>
	Sig. (bilateral)		,001
	N	5	5
Nivel de calidad	Correlación de Pearson	,994 <sup>*</sup>	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	5	5

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

El valor obtenido para el coeficiente de correlación es de 0,994, con el valor  $p=0,001 < 0,05$ , lo cual hace suponer que en principio, la correlación entre ambas dimensiones es muy alta.

Cuando existe correlación lineal ( $r > 0,3$ ,  $p$  asociada al contraste de la correlación menor a 0,05), se debe completar el estudio estadístico a través del análisis de regresión lineal simple, para evaluar dicha relación y estimar una recta de regresión, que nos permita hacer predicciones. Calculamos ahora la regresión lineal: (Ver Cuadro 4.18 y 4.19)

Cuadro 4.18 **Resumen del modelo**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,994 <sup>a</sup>	,988	,984	8,29184

a. Variables predictoras: (Constante), Modelo SERVQUAL

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.19 **Coefficientes de regresión lineal**

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95,0% para B	
	B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior
(Constante)	-,869	6,116		-,142	,896	-20,334	18,595
<sup>1</sup> Modelo SERVQUAL	<b>1,012</b>	,065	,994	15,558	<b>,001</b>	,805	1,219

a. Variable dependiente: Nivel de calidad

Fuente: Elaboración Propia

## 5. Decisión:

El modelo lineal se ajusta con mínimos errores, observando que el coeficiente de regresión es de 1,012, lo que implica que hay evolución del *Nivel de calidad* en función del *Modelo SERVQUAL*, con un coeficiente de determinación del 98.8% (*R-sq*), por lo que es un buen ajuste y por tanto, los residuos son mínimos. El valor *p-valor* = 0,001 < 0,05, lo que se debe rechazar la  $H_0$ .

**Conclusión:** El modelo SERVQUAL permite medir adecuadamente el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.

### 4.3 Presentación de resultados

Los resultados obtenidos del cuestionario se analizan conforme el Modelo SERVQUAL, por lo que se elaboró un cuadro comparativo de Expectativas y Percepciones obtenidas del CIUNAC. (Ver Cuadro 4.20)

Cuadro 4.20 Resultado de Expectativas y Percepciones

EXPECTATIVAS	PERCEPCIONES
1. Que frente a un problema, el personal del Centro de Idiomas muestre interés en solucionarlo.	1. Frente a un problema, el personal del Centro de Idiomas muestra interés en solucionarlo.
2. Que el personal administrativo preste sus servicios en el tiempo.	2. El personal administrativo presta parcialmente sus servicios en el tiempo.
3. Que el personal muestre predisposición a brindar asesoría en los trámites para los alumnos.	3. El personal muestra parcialmente predisposición a brindar asesoría en los trámites para los alumnos.
4. Que los servicios prestados en el Centro de Idiomas UNAC sean adecuados.	4. Los servicios prestados en el Centro de Idiomas UNAC son parcialmente adecuados.
5. Que los estudiantes sean atendidos con amabilidad y oportunamente.	5. Los estudiantes son atendidos parcialmente con amabilidad y oportunamente.
6. Que los procesos para la tramitación sean claros y concisos.	6. Los procesos para la tramitación son parcialmente claros y concisos.
7. Que las asesorías de los docentes sean personalizadas.	7. Las asesorías de los docentes son parcialmente personalizadas.
8. Que los horarios publicados sean en diferentes turnos.	8. Los horarios publicados son parcialmente en diferentes turnos.
9. Que la atención por parte del personal del centro de idiomas es personalizada.	9. La atención por parte del personal del centro de idiomas es parcialmente personalizada.
10. Que las instalaciones para el desarrollo de clases sean espaciosos.	10. Las instalaciones para el desarrollo de clases son parcialmente espaciosos.
11. Que se evidencien equipos para cada alumno en el laboratorio de idiomas.	11. Se evidencian parcialmente equipos para cada alumno en el laboratorio de idiomas.
12. Que el alumno del CIUNAC (cliente interno) se muestre satisfecho con los servicios.	12. El alumno del CIUNAC (cliente interno) se muestra parcialmente satisfecho con los servicios.
13. Que el personal administrativo y plana docente (cliente externo) sean eficientes.	13. El personal administrativo y plana docente (cliente externo) son parcialmente eficientes.
14. Que exista una publicación anticipada y comprensible de requisitos para la matrícula.	14. Existe una publicación parcialmente anticipada y comprensible de requisitos para la matrícula.
15. Que el proceso para la emisión de certificados de estudios sea rápido.	15. El proceso para la emisión de certificados de estudios es parcialmente rápido.
16. Que el material audiovisual sea visible y entendible.	16. El material audiovisual es parcialmente visible y entendible.

<b>VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR</b>	
17. Que el material escrito (separatas y libros) sea actualizado.	17. El material escrito (separatas y libros) es parcialmente actualizado.
18. Que el equipamiento de los laboratorios sea moderno.	18. El equipamiento de los laboratorios es parcialmente moderno.
19. Que el equipamiento sea útil para la realización de clases.	19. El equipamiento es parcialmente útil para la realización de clases.
20. Que el software empleado para las clases es entendible.	20. El software empleado para las clases es parcialmente entendible.
21. Que los ambientes del CIUNAC estén ordenados.	21. Los ambientes del CIUNAC están ordenados.
22. Que las aulas de clases, laboratorios y área de atención al público muestren pulcritud.	22. Las aulas de clases, laboratorios y área de atención al público muestran parcialmente pulcritud.

Fuente: Elaboración Propia

La aplicación de la encuesta mostró una mediana satisfacción en el usuario, debido a que el promedio ponderado de las respuestas basadas en la escala de Likert es de 3.39. (Ver Cuadro 4.21)

Sin embargo, el factor de menor ponderado encontrado es en cuanto a la predisposición a brindar asesoría en los trámites para los alumnos por parte del personal. Esta pregunta tiene un índice de 3.14 y resulta ser el valor más bajo encontrado al realizar la investigación.

**Cuadro 4.21 Resultado del cuestionario a 374 personas**

<b>N° Pregunta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Total</b>	<b>Ponderado</b>
1	8	48	111	101	106	374	3.67
2	3	56	146	143	26	374	3.36
3	3	82	156	125	8	374	3.14
4	0	45	180	133	16	374	3.32
5	5	45	154	138	32	374	3.39
6	5	45	162	133	29	374	3.36
7	0	53	146	159	16	374	3.37
8	21	42	135	138	38	374	3.35
9	11	21	157	156	29	374	3.46
10	3	53	132	154	32	374	3.43
11	11	50	143	133	37	374	3.36
12	5	56	162	111	40	374	3.33
13	3	90	111	146	24	374	3.26
14	8	42	119	167	38	374	3.49
15	5	56	167	130	16	374	3.26
16	5	34	130	180	25	374	3.50
17	3	45	130	169	27	374	3.46
18	5	53	180	111	25	374	3.26
19	3	45	127	165	34	374	3.49
20	5	48	180	111	30	374	3.30
21	8	40	116	161	49	374	3.54
22	21	29	106	186	32	374	3.48
						<b>Promedio</b>	<b>3.39</b>

Fuente: Elaboración Propia



## **CAPITULO 5**

### **IMPACTOS**

#### **3.1 Propuesta para la solución del problema**

Al encontrar que el menor ponderado de los servicios que ofrece CIUNAC, se encuentra el factor de predisposición de brindar asesorías en los trámites a los alumnos, se consideró realizar una propuesta de mejora expresada en un Plan de Acción. (Ver Cuadro 5.1)

El Plan de Acción comprende dos etapas: la primera es el Inicio del Proyecto y la segunda el Desarrollo del Proyecto. En el inicio del proyecto se toman en cuenta la definición del equipo de trabajo, el cual estaría conformado por el personal administrativo que trabaja en el CIUNAC, además de incluir un especialista en gestión por procesos. Luego se procede a realizar la recolección de datos por puesto, proceso a cargo del líder del proyecto, que en este caso es el Jefe del Área de atención al usuario en compañía del especialista en procesos.

La siguiente actividad comprende la elaboración de procedimientos a cargo del especialista, quien valida la información con los miembros del equipo de trabajo. Por último, se elaboran los manuales y se imprimen para el conocimiento y uso de todo el personal.

Cuadro 5.1 Plan de Acción

PLAN DE ACCIÓN													
MANUALES DE PROCEDIMIENTOS													
Objetivo Estratégico: Mejorar la Atención a los Usuarios del CIUNAC													
Líder del Proyecto: Jefe de Atención al Usuario													
Participantes del Proyecto: Área de Atención al Usuario													
FACTORES DE ANÁLISIS								IMPACTO EN INDICADORES					
Objetivo del proyecto: Mejorar la atención a los usuarios								Mejorar el desempeño de cada coladorador del CIUNAC					
Situación Inicial: Los colaboradores realizan sus actividades conforme al día a día sin guiarse de un documento de gestión													
Alcance del Proyecto: Abarcar el espacio geográfico del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao													
Temas de Análisis: Ordenamiento de las actividades basado en un enfoque de procesos													
Referencias: Mapa de proceso en la organización													
Restricción: Capital Financiero y Capital Humano.													
FASES DEL PROYECTO	CRONOGRAMA DEL PROYECTO							% CUMP	PRODUCTO ENTREGABLE		PRESU-PUESTO		
	P/E	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN		1ER TRIM	2DO TRIM			
FASE 1: Inicio del Proyecto												S/.	700.00
Act 1 Definición del Equipo de Trabajo	P	10%						10%					
	R												
Act 2 Recopilación y ordenamiento de actividades por puesto	P	10%						20%					
	R												
Act 3 Elaboración de procedimientos y revisión de los mismos con el personal del área	P	10%						30%					
	R												
Act 4 Elaboración de manuales y documentos según el requerimiento de cada proceso	P	10%	10%	10%	10%			70%					
	R												
FASE 2: Desarrollo del Proyecto												S/.	2,100.00
Act 1 Comunicación de los nuevos documentos a emplear en la empresa	P					10%		80%					
	R												
Act 2 Capacitación de colaboradores que intervendrán en el proceso	P					10%		90%					
	R												
Act 3 Seguimiento y verificación de puesta en marcha	P						10%	100%					
	R												
%Cump Gral								100%	Total Ppto.		S/.	2,800.00	

Fuente: Elaboración Propia

La segunda etapa se basa en el desarrollo del proyecto, para lo cual se reúne al personal y se comunica sobre las nuevas directivas a implementar. Además, se capacito a todos los miembros en el seguimiento de sus funciones y se realizó un seguimiento y verificación por una semana. La propuesta desarrollada fue el Manual de atención del Usuario. (Ver Anexo N° 03)

### **3.2 Costos de la implementación de la propuesta**

Los costos de la propuesta ascendieron al monto de S/. 2, 800, que fueron los gastos incurridos en los honorarios del especialista por hora y en el empleo de útiles de oficina y refrigerios para el personal. Este monto es significativo, ya que la propuesta fue un aporte del investigador en contribución a la institución, ya que permitió realizar la investigación sin dificultades.

### **3.3 Beneficios que aporta a la propuesta**

La propuesta es un modelo básico que permitirá a la institución, tener un protocolo de atención a los usuarios del CIUNAC, el cual muestra a la organización desde un enfoque de procesos y detalla las actividades y funciones del personal, las cuales deberán ser comprobadas por el jefe del área.

Mediante la aplicación del modelo se espera obtener una mejora en la percepción del nivel de calidad del servicio en cuanto a la predisposición de atender consultas por parte de los alumnos, siendo un proyecto de mejora para el equipo de trabajo, quienes pueden ir implementando otros proyectos, según las necesidades de los alumnos y consecuentemente una mayor demanda del servicio y mayor posicionamiento del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao.

## CONCLUSIONES

- 📌 Por lo analizado se puede concluir que el modelo SERVQUAL muestra el nivel de calidad del servicio del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 – 2012, expresado en un promedio ponderado de 3.39 respecto a la tabla de expectativas y percepciones.
- 📌 Se determina que la fiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas, lo cual se validó con la correlación de Pearson al obtener un resultado de una asociación positiva significativa de 0,937 y una regresión lineal simple con residuos mínimos.
- 📌 La capacidad de respuesta incide en los procedimientos, pues se obtiene una asociación positiva significativa de 0,966 validada a través de la correlación de Pearson y una regresión lineal simple con residuos mínimos.
- 📌 Con respecto a la seguridad, se prueba su incidencia en el material del CIUNAC a través de una asociación positiva de 0,944 y una regresión lineal simple con residuos mínimos.
- 📌 La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas, debido a la obtención de una asociación significativa (0,976) gracias a la correlación de Pearson y una regresión lineal de residuos mínimos.
- 📌 Se establece que los elementos tangibles inciden en la infraestructura del CIUNAC, pues se validó a través de la correlación de Pearson (0,942) y la obtención de una regresión lineal de residuos mínimos.

## RECOMENDACIONES

- 📌 Se recomienda continuar aplicando el modelo SERVQUAL para determinar la calidad del servicio en el Centro de Idiomas de la Universidad del Callao, tras la implantación de un Plan de Acción.
- 📌 Es recomendable conocer la fiabilidad del servicio para incrementar la satisfacción del cliente del CIUNAC, tomando como indicadores al cliente interno y externo.
- 📌 Es recomendable saber la capacidad de respuesta para mejorar los procedimientos del centro de idiomas, basándonos en los aspectos de matrícula y certificados.
- 📌 Se recomienda informarse acerca de la seguridad para incidir de manera positiva en el material, tomando como indicadores el audiovisual y escrito
- 📌 Es recomendable estar al tanto de la empatía para incidir de forma positiva en el equipamiento del CIUNAC, basándonos en indicadores como la modernidad, utilidad y el software.
- 📌 Es recomendable conocer los elementos tangibles para mejorar la infraestructura en temas de orden y limpieza.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguayo Canela, M. (2007). *Fundación Andaluza Beturia para la Investigación en Salud*. Obtenido de Fabis Web site: [http://www.fabis.org/html/archivos/docuweb/contraste\\_hipotesis\\_3r.pdf](http://www.fabis.org/html/archivos/docuweb/contraste_hipotesis_3r.pdf)
2. Alcalde San Miguel, P. (2009). *Calidad*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
3. Beltrán Neira, R. (2006). Calidad de servicio percibida por pacientes atendidos en dos clínicas dentales privadas de Lima Metropolitana. *Tesis para obtener el título de magíster en Administración de Empresas*. Lima, Perú: Universidad Peruana Cayetano Heredia.
4. Bernal Torres, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson Educación.
5. Carrasco Díaz, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: Editorial San Marcos.
6. Del Cid Medina, K. A. (2010). La formación docente y la calidad de la educación en los centros educativos bilingües del Municipio de El Progreso. *Tesis para optar por el grado académico de Magíster en Gestión de la Educación*. Honduras: Universidad Pedagógica Nacional de Francisco Morazan.
7. Díaz Corral, I. (2003). Fundamentos filosóficos para la definición de la categoría calidad de vida desde la ciencia psicológica con un enfoque materialista dialéctico. *Santiago*, 467-477.
8. Duque O., E. J., & Chaparro P., C. R. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Dialnet*, 159-192.
9. Entreculturas. (20 de Octubre de 2013). <http://www.entreculturas.org/>. Obtenido de [http://www.entreculturas.org/publicaciones/estudios\\_informes](http://www.entreculturas.org/publicaciones/estudios_informes): [http://www.entreculturas.org/files/documentos/estudios\\_e\\_informes/DerechoAaprender.pdf?download](http://www.entreculturas.org/files/documentos/estudios_e_informes/DerechoAaprender.pdf?download)

10. Equipo Vértice. (2004). *Aspectos prácticos de la calidad en el servicio*. Málaga: Editorial Vértice.
11. Fernández Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: ESIC Editorial.
12. Gómez Gallardo, L. M., & Macedo Buleje, J. C. (2010). Hacia una mejor calidad de la gestión educativa peruana en el siglo XXI. *Investigación Educativa*, 39-49.
13. González Menorca, C., González Menorca, L., Juaneda Ayensa, E., & Pelegrín Borondo, J. (2014). *La calidad en las organizaciones turísticas*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
14. González Saldivar, A. G. (2010). Estrategias de Administración del Capital de Trabajo y la percepción de la calidad de los servicios en instituciones hospitalarias del sector público. Caso: Hospital Infantil de Tamaulipas. *Tesis para optar por el grado de Magíster en Dirección Empresarial con énfasis en Finanzas*. Tamaulipas, México: Universidad Autónoma de Tamaulipas.
15. Grifol Ponsati, E., & Canela Campos, M. Á. (2002). *Gestión de la calidad*. Barcelona: Ediciones UPC.
16. Gutiérrez, M. (2004). *Administrar para la Calidad*. México DF: Editorial Limusa.
17. Huertas García, R., & Domínguez Galcerán, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
18. Incacutipa Quispe, R. K. (2012). Calidad de la atención del parto vaginal desde la perspectiva de la usuaria en el Instituto Nacional Materno Perinatal – 2012. *Tesis para optar por el grado académico de Licenciada en Obstetricia*. Tacna, Perú: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohman.
19. ISO. (2005). *Norma Internacional ISO 9000*. Ginebra: ISO.
20. Lascurain Gutiérrez, I. (2012). Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida. *Tesis para optar el grado académico de Magíster en Ingeniería de Calidad*. México D.F., México: Universidad Iberoamericana.

21. Marco Muedra, R. J. (2004). La Calidad en la enseñanza actual. *Educación en el 2000*, 4-8.
22. Mena Sorett, J. A. (2009). La calidad del servicio que brinda la Escuela de Postgrado de la Armada (EPAR). *Tesis para optar por el grado académico de Magíster Scientiarum en Táctica Naval*. Venezuela: Comando Naval de Educación de la Escuela de Postgrado de la Armada de Venezuela.
23. Miranda Gonzáles, F., Chamorro Mera, A., & Rubio Lacoba, S. (2007). *Introducción a la gestión de calidad*. Madrid: Delta Publicaciones Universitarias.
24. Muñoz Machado, A. (1999). *La gestión de calidad total en la administración pública*. Madrid: Editorial Díaz de Santos S.A.
25. Nava Carbellido, V. M. (2005). *¿Qué es la calidad?* México: Editorial Limusa S.A.
26. Portanda Vigabriel, G. (2011). Factores Culturales que influyen en la calidad de atención en el Centro de Salud Rosas Pampa. *Tesis de Especialidad*. La Paz, Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés.
27. PREAL. (2005). *Cantidad*. Washington DC: Consejo Consultivo del Programa de Promoción de la Reforma Educativa en América Latina y el Caribe.
28. Publicaciones Vértice. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. Málaga: Editorial Vértice.
29. Reyes Benítez, S., Mayo Alegre, J. C., & Loredó Carballo, N. (2009). La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-27.
30. Reyes Sánchez, O., & Reyes Pazos, M. (2010). Calidad del servicio educativo: Caso de la escuela de artes de UABC. *X Congreso Nacional de Investigación Educativa*, 1-10.
31. Rosander, A. C. (1994). *Los catorce puntos de Deming aplicados a los servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
32. Ruiz de Maya, S., & Grande Esteban, I. (2006). *Comportamientos de compra del consumidor: 29 casos reales*. Madrid: ESIC Editorial.
33. Salgado Marcano, N. N. (2006). Evaluación de la calidad de atención a las clientes externas del departamento de bacteriología del Instituto

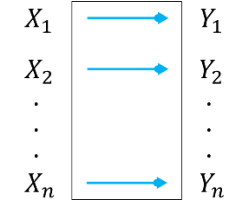


- Nacional de Higiene Rafael Rangel. *Tesis para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial*. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
34. Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A.
  35. Sangüesa, M., Mateo, R., & Ilzarbe, L. (2006). *Teoría y Práctica de la Calidad*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
  36. Senlle, A., & Gutiérrez, N. (2005). *Calidad en los servicios educativos*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
  37. Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2012*. Lima: Universidad ESAN.
  38. Serra Belenguer, J., & Bugueño Bugueño, G. (2004). *Gestión de calidad en las PYMES agroalimentarias*. Valencia: Editorial de la UPV.
  39. Setó Pamies, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC Editorial.
  40. Tobón, S., Rial, A., Carretero, M., & García Fraile, J. A. (2006). *Competencias, calidad y educación superior*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
  41. Udaondo, S. (1994). *Ética empresarial*. Madrid: Rialp.
  42. UNESCO. (2004). *Educación para todos. El imperativo de la calidad*. París: Ediciones UNESCO.
  43. Valdebenito, L. (2011). "La calidad de la educación en Chile: ¿un problema de concepto y praxis? revisión del concepto calidad a partir de dos instancias de movilización estudiantil (2006 y 2011). *CISMA - Revista del Centro Telúrico de Investigaciones Teóricas*, 1-25.
  44. Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de la Vega, L. (2007). *Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas*. Bogotá: Universidad de La Sabana.
  45. Zaballa Pérez, G. (2000). *Modelo de calidad en educación Goien*. Bilbao: Universidad de Deusto.

## ANEXOS

## ANEXO N° 01

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	SISTEMA DE VARIABLES	METODOLOGIA
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACION</b> <p>¿De qué manera determinar el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012?</p> <b>PROBLEMAS ESPECIFICOS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿De qué manera la confiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012?</li> <li>2. ¿De qué manera la capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012?</li> <li>3. ¿De qué manera la seguridad incide en la percepción del buen material de estudio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012?</li> <li>4. ¿De qué manera la empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012?</li> <li>5. ¿De qué manera los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012?</li> </ol>	<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b> <p>Medir el nivel de calidad del servicio mediante el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</p> <b>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar si la confiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> <li>2. Determinar si la capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> <li>3. Determinar si la seguridad incide en la percepción del buen material de estudio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> <li>4. Determinar si la empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> <li>5. Determinar si los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> </ol>	<b>HIPOTESIS PRINCIPAL</b> <p>El modelo SERVQUAL permite medir adecuadamente el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</p> <b>HIPOTESIS ESPECIFICAS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La fiabilidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> <li>2. La capacidad de respuesta incide en los procedimientos del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> <li>3. La seguridad incide en la percepción del buen material de estudio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> <li>4. La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> <li>5. Los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 - 2012.</li> </ol>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> <p>Modelo SERVQUAL.  <b>Dimensión:</b>  Fiabilidad.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interés por el cliente</li> <li>- Compromiso del personal</li> </ul> <b>Dimensión:</b>  Capacidad de respuesta.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud y disposición</li> <li>- Rapidez del servicio</li> </ul> <b>Dimensión:</b>  Seguridad.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio oportuno</li> <li>- Proceso adecuado</li> </ul> <b>Dimensión:</b>  Empatía.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención personalizada del docente</li> <li>- Conveniencia de horarios</li> <li>- Atención personalizada del personal administrativo.</li> </ul> <b>Dimensión:</b>  Elementos tangibles.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalaciones</li> <li>- Equipos</li> </ul> <b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>  Nivel de calidad.  <b>Dimensión:</b>  Satisfacción del cliente.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cliente interno</li> <li>- Cliente externo</li> </ul> <b>Dimensión:</b>  Procedimientos.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Matrícula</li> <li>- Certificados</li> </ul> <b>Dimensión:</b>  Material.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Audiovisual</li> <li>- Escrito</li> </ul> <b>Dimensión:</b>  Equipamiento.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Moderno</li> <li>- Utilidad</li> <li>- Software</li> </ul> <b>Dimensión:</b>  Infraestructura.  <b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Orden</li> <li>- Limpieza</li> </ul> </p>	<b>TIPOS DE INVESTIGACION:</b> <p><b>Tipo:</b>  Descriptivo y explicativo.</p> <p><b>Diseño:</b>  No experimental, transversal,  Correlacional-causal</p>  <p>x = Modelo SERVQUAL  y = Nivel de calidad  r = Correlación-causalidad</p> <p><b>Población</b>  La población de estudio son los alumnos estudiantes de idiomas de inglés, portugués e italiano del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, en el periodo de agosto 2011 hasta julio 2012.</p>

## ANEXO N° 02

## CUESTIONARIO CIUNAC

A continuación se presenta un conjunto de ítems sobre algunos aspectos importantes de la organización, por favor contestar con sinceridad. Tenga en cuenta que las escalas son:

Muy en desacuerdo: 1

En desacuerdo: 2


Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 3


De acuerdo: 4

Muy de acuerdo: 5


N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Frente a un problema, el personal del Centro de Idiomas muestra interés en solucionarlo.					
2	El personal administrativo presta sus servicios en el tiempo prometido.					
3	El personal muestra predisposición a brindar asesoría en los trámites para los alumnos.					
4	Los servicios prestados en el Centro de Idiomas UNAC son adecuados.					
5	Los estudiantes son atendidos con amabilidad y oportunamente.					
6	Los procesos para la tramitación son claros y concisos.					
7	Las asesorías de los docentes son personalizadas.					
8	Los horarios publicados son en diferentes turnos.					
9	La atención por parte del personal del centro de idiomas es personalizada.					
10	Las instalaciones para el desarrollo de clases son espaciosas.					
11	Se evidencian equipos para cada alumno en el laboratorio de idiomas.					
12	El alumno del CIUNAC se muestra satisfecho con los servicios.					
13	El personal administrativo y plana docente es eficiente.					
14	Existe una publicación anticipada y comprensible de requisitos para la matrícula.					
15	El proceso para la emisión de certificados de estudios es rápido.					
16	El material audiovisual es visible y entendible.					
17	El material escrito (separatas y libros) es actualizado.					
18	El equipamiento de los laboratorios es moderno.					
19	El equipamiento es útil para la realización de clases.					
20	El software empleado para las clases es entendible.					
21	Los ambientes del CIUNAC están ordenados.					
22	Las aulas de clases, laboratorios y área de atención al público muestran pulcritud.					

**ANEXO N° 03**  
**MANUAL DE ATENCIÓN AL USUARIO**

	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<h1 style="color: blue;">MANUAL DEL SERVICIO AL USUARIO</h1>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 1</b>

	CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO	
	MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO	CÓDIGO CIUNAC-AAU-01
<p style="text-align: center;"><b>INDICE</b></p> <p><b>CAPITULO I</b></p> <p><b>CONTENIDO, FINALIDAD Y ALCANCE</b></p> <p>1.1 Contenido.....3</p> <p>1.2 Finalidad del Manual.....4</p> <p>1.3 Alcance .....4</p> <p><b>CAPITULO II</b></p> <p><b>ORGANIZACIÓN</b></p> <p>2.1 Estructura Orgánica.....5</p> <p>2.2 Cuadro de Asignación de Personal.....6</p> <p><b>CAPITULO III</b></p> <p><b>MAPEO DE PROCESOS</b></p> <p>3.1 Macroproceso de la Empresa.....7</p> <p>3.2 Diagrama de Subprocesos del Área de Atención al Usuario.....8</p> <p>3.3 Diagrama de Flujo del Área de Atención al Usuario.....8</p> <p><b>CAPITULO IV</b></p> <p><b>ACTIVIDADES</b></p> <p>2.1 Coordinador administrativo.....9</p> <p>2.2 Secretaria.....11</p> <p>2.3 Asistente.....13</p>		
FECHA DE PUBLICACIÓN	ELABORADO POR: LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR	
	PÁGINA 2	

	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<b>CAPITULO I</b> <b>CONTENIDO, FINALIDAD Y ALCANCE</b>		
<b>1.1 Contenido</b>		
<p>Como parte de la tesis presentada, se ha elaborado el presente Manual del Servicio al Usuario para el área de atención al usuario del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao, con el fin de ser un documento normativo y de gestión, que permite a los diferentes niveles de la organización, tener un conocimiento integral de la organización y las actividades de cada cargo, contribuyendo de esta manera a mejorar los canales de comunicación y coordinación; así como determinar las responsabilidades y el perfil requerido de cada uno de los cargos del área.</p> <p>El presente manual permite:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Enfocarse en alcanzar y superar las expectativas de los usuarios, brindando un servicio de calidad a través de un mejoramiento continuo de la información, coordinación, verificación de procesos y utilizando indicadores de gestión de servicio.</li> <li>b. Determinar las actividades, responsabilidad y autoridad de los cargos dentro de la estructura del área de atención al usuario.</li> <li>c. Facilita el proceso de inducción y capacitación del personal, además de permitir orientar las actividades y responsabilidades del cargo que le han sido asignados.</li> </ul>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 3</b>

	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<b>1.2 Finalidad del Manual</b>		
<p>El presente Manual tiene como finalidad constituirse en un instrumento de gestión que orienta a los directivos y trabajadores del área de atención al usuario, en la ejecución de las actividades específicas, y responsabilidades. Asimismo permitir la mejora de los canales de comunicación, coordinación y de la gestión administrativa.</p> <p>Además se busca responder oportunamente a las necesidades de los usuarios, brindar un servicio de calidad y lograr la participación e involucramiento de todo el personal y su compromiso con el servicio a los usuarios.</p>		
<b>1.3 Alcance</b>		
<p>El presente Manual es de aplicación en el Área de Atención al Usuario, así como a todo el personal de que labore en esta área.</p>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 4</b>

	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO CIUNAC-AAU-01</b>
<b>CAPITULO II</b>  <b>ORGANIZACIÓN</b>		
<b>2.1 Estructura Orgánica</b>		
<p>El Área de Personal Administrativo del CIUNAC, presenta tres niveles en su organización interna. El primero es el nivel de Jefatura, el segundo conformado por un Asistente y, el tercero es el nivel operativo, donde se encuentra el Personal de Atención al Usuario.</p>  <pre> graph TD     CA[COORDINADOR ADMINISTRATIVO] --- S[SECRETARIA]     CA --- A1[ASISTENTE 1]     CA --- A2[ASISTENTE 2]     CA --- A3[ASISTENTE 3]     S --- A1     S --- A2     S --- A3 </pre>		
FECHA DE PUBLICACIÓN	ELABORADO POR: LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR	PÁGINA 5






**CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO**
**MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO  
ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO**
**CÓDIGO  
CIUNAC-AAU-01**
**2.2 Cuadro de Asignación de Personal**


El cuadro de asignación del personal muestra las remuneraciones mínimas y promedio y máximo mensual que reciben los colaboradores del Área de Atención al Cliente.


<u>Nivel</u>	<u>Nivel Organizativo</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Promedio Mensual</u>
2	Coordinador administrativo	1	S/.2,700.00
3	Secretaria	1	S/.750.00
4	Asistente	3	S/.750.00


**FECHA DE PUBLICACIÓN**
**ELABORADO POR:  
LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR**
**PÁGINA 6**


	CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO	
	MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO	CÓDIGO CIUNAC-AAU-01
<p><b>CAPITULO III</b></p> <p><b>MAPEO DE PROCESO</b></p>		
<b>3.1 Macroproceso</b>		
<p>Para identificar los procesos en organización se elabora el Mapa General de procesos o Macroproceso compuesto por los procesos que crean valor, los de apoyo y los de gestión.</p> <p>El Centro de Idiomas de la Universidad del Callao muestra dos procesos que generan valor: enseñanza y aprendizaje, atención al usuario; mientras que los procesos de apoyo son: económico financiero, documentación e información e informática.</p> 		
FECHA DE PUBLICACIÓN	ELABORADO POR: LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR	PÁGINA 7


	CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO	
MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO		CÓDIGO CIUNAC-AAU-01
<b>3.2 Diagrama de Subprocesos del Área de Atención al Usuario</b>		
<p>En el Diagrama de Subprocesos se puede observar tres subprocesos: informes, asesoría y matrícula.</p> 		
<b>3.3 Diagrama de Flujo del Área de Atención al Usuario</b>		
<p>El Diagrama de Flujo de Procesos muestra las actividades que comprenden los subprocesos presentados anteriormente.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="464 1081 839 1664"> <p><b>PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE</b> Subproceso de Informes      Subproceso de Matrícula</p> <pre> graph TD     A[Solicitud de asesoría] --&gt; B[Información de cursos, horarios y pagos]     B --&gt; C{Inscripción en curso de idiomas}     C -- SI --&gt; D[Llenado de formulario de inscripción]     C -- NO --&gt; E[Llenado de datos personales]     E --&gt; F[Registro en base de datos]     D --&gt; G[Pago por matrícula y materiales didácticos]     G --&gt; H[Presentación de comprobante de pago]     H --&gt; I[Entrega de carné y libros]     I --&gt; J[Registro de matriculados]           </pre> </div> <div data-bbox="938 1081 1299 1664"> <p><b>PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE</b> Subproceso de Asesoría</p> <pre> graph TD     A[Presentación de la consulta] --&gt; B[Información sobre la consulta]     B --&gt; C{Consulta a Coordinación Académica}     C -- SI --&gt; D[Llenado de formulario de inscripción]     C -- NO --&gt; E[Información de datos requeridos]     E --&gt; F[Archivo de la consulta]     D --&gt; G[Pago por matrícula y materiales didácticos]     G --&gt; H[Presentación de comprobante de pago]     H --&gt; I[Entrega del documento solicitado]     I --&gt; J[Archivo de la documentos]           </pre> </div> </div>		
FECHA DE PUBLICACIÓN	ELABORADO POR: LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR	
		PÁGINA 8

	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<b>CAPITULO IV</b> <b>ACTIVIDADES</b>		
<b>1.1 Jefe de Atención al Usuario</b>		
<b>I. IDENTIFICACIÓN DE CARGO</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Denominación de cargo específico: Coordinador Administrativo</li> <li>2. Nivel: Jefatura</li> <li>3. Código: AAU-011</li> </ol>		
<b>II. OBJETIVO</b>		
<p>Planear, dirigir y controlar las operaciones en el área de personal administrativo con el fin de incrementar los ingresos al CIUNAC, cumpliendo con los requerimientos de los usuarios.</p>		
<b>III. ACTIVIDADES A REALIZAR</b>		
<p>Las actividades a realizar por el Coordinador Administrativo son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plantear objetivos, metas y planes de acción para el CIUNAC en reuniones periódicas con las áreas de coordinación académica y personal docente.</li> <li>2. Planificar los objetivos y metas para su área en coordinación con la secretaria y asistentes.</li> <li>3. Velar por el cumplimiento óptimo de los procesos y satisfacción del usuario.</li> </ol>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 9</b>


	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<b>III. ACTIVIDADES A REALIZAR</b>		
<p>Las actividades a realizar por el Coordinador Administrativo son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Realizar informes mensuales con los indicadores del área.</li> <li>5. Supervisar al asistente y personal de atención al cliente en las actividades diarias.</li> <li>6. Controlar los ingresos y egresos mensuales por conceptos de matrícula de estudiantes y demás trámites.</li> <li>7. Establecer reuniones semanales con la secretaria para informarse sobre los temas correspondientes.</li> <li>8. Reunirse quincenalmente con los asistentes para solicitar informes sobre los temas competentes.</li> <li>9. Analizar y responder las quejas , reclamos y/o sugerencias sobre la atención al usuario.</li> </ol>		
<b>IV. REQUISITOS</b>		
<p>El Coordinador Administrativo debe tener:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formación académica: Título profesional y/o Grado Académico en Administración.</li> <li>2. Experiencia: Experiencia en labores administrativas en organizaciones educativas.</li> </ol>		
<b>V. LINEA DE DEPENDENCIA Y RESPONSABILIDAD</b>		
<p>Depende directamente de: Jefatura</p> <p>Tiene mando directo sobre: secretaria y asistentes</p>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 10</b>

	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<b>2.2 Asistente</b>		
<b>I. IDENTIFICACIÓN DE CARGO</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Denominación de cargo específico: Secretaria</li> <li>2. Nivel: Operativo</li> <li>3. Código: AAU-012</li> </ol>		
<b>II. OBJETIVO</b>		
<p>El Asistente debe establecer una relación de apoyo al Coordinador Administrativo y de cooperación con los asistentes, en búsqueda del logro de los objetivos organizacionales.</p>		
<b>III. ACTIVIDADES A REALIZAR</b>		
<p>Las actividades a realizar por la Secretaria son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar certificados, constancias de matrícula y notas, así como de convalidación de cursos.</li> <li>2. Elaborar informes económicos de certificación, constancia de matrícula, constancias de notas, examen de suficiencia y convalidación de idiomas.</li> <li>3. Apoyar en la elaboración de reglamentos administrativos y académicos.</li> <li>4. Mantener actualizada la base de datos sobre pagos de mensualidad de los alumnos, asistencia a clases y otros consignados.</li> </ol>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 11</b>

	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<b>III. ACTIVIDADES A REALIZAR</b>		
<p>Las actividades a realizar por la Secretaria son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Hacer seguimiento a los alumnos del Centro de Idiomas sobre pagos de mensualidad y a los alumnos retirados sobre la reinserción al curso.</li> <li>6. Coordinar con el personal de atención al cliente sobre temas de matrículas, emisión de certificados y demás.</li> <li>7. Reportar al Coordinador Administrativo sobre las actividades semanales realizadas en el CIUNAC.</li> <li>8. Elaborar la promoción de los cursos del Centro de idiomas.</li> <li>9. Realizar visitas informativas a los alumnos de la Universidad Nacional del Callao, invitando a inscribirse en los cursos de idiomas.</li> </ol>		
<b>IV. REQUISITOS</b>		
<p>La Secretaria debe tener:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formación académica: técnico en secretaría ejecutiva.</li> <li>2. Formación específica: conocimiento de ofimática, sistemas a nivel usuario y dominio de inglés (deseable).</li> <li>3. Experiencia: experiencia en el área administrativa de centros de idiomas o afines.</li> <li>4. Habilidades: proactividad, empatía, honestidad, discreción y capacidad de trabajo en equipo.</li> </ol>		
<b>V. LINEA DE DEPENDENCIA Y RESPONSABILIDAD</b>		
<p>Depende directamente de: Jefe de Atención al Cliente.</p> <p>Tiene mando directo sobre: No tiene</p>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 12</b>

	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<b>2.3 Personal de Atención al Usuario</b>		
<b>I. IDENTIFICACIÓN DE CARGO</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Denominación de cargo específico: Asistente</li> <li>2. Nivel: Operativo</li> <li>3. Código: AAU-013</li> </ol>		
<b>II. OBJETIVO</b>		
<p>El Asistente debe establecer una relación estrecha con los usuario, en búsqueda de su satisfacción a través de una atención cordial y rápida.</p>		
<b>III. ACTIVIDADES A REALIZAR</b>		
<p>Las actividades a realizar por el Asistente son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atender y recepcionar llamadas telefónicas del público en general y alumnos CIUNAC.</li> <li>2. Brindar información sobre los cursos, horarios, formas y medios de pago.</li> <li>3. Atender las solicitudes para certificación, constancia de matrícula, constancia de notas, examen de suficiencia y convalidación de los estudiantes del Centro de Idiomas.</li> <li>4. Entregar los certificados, constancias y carnés a los usuarios quienes soliciten.</li> <li>5. Mantener actualizada la base de datos de los interesados y usuarios.</li> </ol>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 13</b>



	<b>CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO</b>	
	<b>MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO</b> <b>ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	<b>CÓDIGO</b> <b>CIUNAC-AAU-01</b>
<b>III. ACTIVIDADES A REALIZAR</b>		
<p>Las actividades a realizar el Asistente son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Atender las sugerencias, quejas y/o reclamos de los usuarios llenando el formulario determinado.</li> <li>7. Elaborar informes mensuales sobre las actividades desarrolladas.</li> <li>8. Coordinar con la Secretaria los temas pertinentes a ambos.</li> <li>9. Reunirse con el Coordinador Administrativo para ver los avances y problemas del área.</li> <li>10. Realizar la consulta post-servicio para verificar la satisfacción del público y los usuarios, así como la obtención de retroalimentación.</li> </ol>		
<b>IV. REQUISITOS</b>		
<p>El Asistente debe tener:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formación académica: estudios técnicos o universitarios (inconclusos, trancos o en estudios)</li> <li>2. Formación específica: conocimiento de ofimática.</li> <li>3. Experiencia: experiencia en atención al cliente o ventas.</li> <li>4. Habilidades: proactividad, empatía, trabajo en equipo, fluidez verbal y vocación de servicio</li> </ol>		
<b>V. LINEA DE DEPENDENCIA Y RESPONSABILIDAD</b>		
<p>Depende directamente de: Coordinador Administrativo</p> <p>Tiene mando directo sobre: No tiene</p>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN</b>	<b>ELABORADO POR:</b> <b>LIC. ADM. RAÚL SUÁREZ BALAZAR</b>	<b>PÁGINA 14</b>